

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet

Diplomski studij Informatologije

Maja Horvat

**Utjecaj Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije u
lokalnoj zajednici**

Diplomski rad

Mentor: prof. dr. sc. Kornelija Petr Balog

Osijek, 2014.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Muzeji.....	2
2.1. Definicije muzeja i njegove uloge u društvu	2
2.2. Povijesni razvoj	4
2.3. Funkcije muzeja	6
2.3.1. Istraživačka djelatnost u muzeju	7
2.3.2. Izložbe i edukacija.....	9
2.3.3. Ispunjavanje slobodnog vremena	12
2.3.4. Komunikacijska funkcija.....	13
3. Mjerenje uspješnosti poslovanja u muzejskom kontekstu	15
3.1. Razlozi i područja mjerenja uspješnosti poslovanja u muzejskom kontekstu	15
3.2. Muzejske vrijednosti i mjerenje učinka muzeja	17
4. Muzeji i kulturni turizam.....	21
4.1. Muzejske manifestacije koje promiču kulturni turizam	23
4.2. Noć muzeja u Hrvatskoj u razdoblju od 2007. – 2014. godine	25
4.2.1. Noć muzeja u Muzeju Slavonije Osijek	30
4.2.1.1. Muzej Slavonije Osijek	30
4.2.1.2. Djelatnost Muzeja Slavonije Osijek	31
4.2.1.3. Pregled programa Muzeja Slavonije Osijek za manifestaciju Noć muzeja u razdoblju od 2007. – 2014. godine	32
5. Utjecaj Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije u lokalnoj zajednici: istraživanje	35
5.1. Ciljevi i pretpostavke	35
5.2. Metodologija, instrument i uzorak	35
6. Rezultati	37
6.1. Opis uzorka	37
6.1.1. Opis uzorka – 2011. i 2012. godina	37
6.2. Prikaz rezultata istraživanja	41
6.2.1. Rezultati istraživanja – usporedni prikaz za 2011. i 2012. godinu	41
7. Rasprava	54
8. Zaključak	60
9. Literatura	62
10. Prilozi	67

Sažetak

Rad prikazuje istraživanje o utjecaju Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije u lokalnoj zajednici koje je provedeno 2011. godine na uzorku od tri stotine i devetnaest ispitanika i 2012. godine na uzorku od dvije stotine i sedamdeset i jednog ispitanika. Cilj je utvrditi ima li Noć muzeja značajnu i prepoznatljivu ulogu u promicanju i pozicioniranju Muzeja i jačanju njegove djelatnosti u lokalnoj zajednici. Naš uzorak čine posjetitelji navedene manifestacije koji su pristali sudjelovati u istraživanju. Rezultati prikupljeni tijekom istraživanja prikazuju postotak zadovoljstva ispitanika s manifestacijom Noći muzeja, učestalost odlaska u muzeje tijekom godine, način na koji posjetitelji dolaze do informacija o Noći muzeja i što bi ih potaknulo na češći dolazak. Dana je i usporedba rezultata istraživanja 2011. godine s dobivenim rezultatima istraživanja 2012. godine.

Također, u ovom je radu opisana važnost, kao i poteškoće prilikom mjerenja uspješnosti poslovanja s posebnim naglaskom na mjerenje učinka muzeja na lokalnu i širu zajednicu. Rad opisuje manifestacije slične Noći muzeja u Europi te daje kratki pregled programa Noći muzeja u Muzeju Slavonije Osijek za razdoblje od 2007. - 2014. godine. Interpretacija dobivenih rezultata omogućuje bolje razumijevanje povezanosti Noći muzeja i Muzeja Slavonije Osijek, te prepoznavanje muzeja kao institucija koje povezuju ljude s globalnim izvorima informacija i koji su nezaobilazna dionica u razvoju kulturnog turizma. Poseban je naglasak na subjektivnoj procjeni zadovoljstvom Noći muzeja od strane posjetitelja koji su sudjelovali u ovom istraživanju.

Ključne riječi: Noć muzeja, Muzej Slavonije Osijek, mjerenje uspješnosti poslovanja, kultura vrednovanja, kulturni turizam, muzeji

1.Uvod

Noć muzeja kao jednodnevna manifestacija hrvatskih muzeja pokušaj je približavanja muzejske struke široj javnosti. Tijekom jedne večeri, bez naknade muzeji diljem Hrvatske otvaraju svoja vrata i zbirke svim zainteresiranim posjetiteljima s ciljem podizanja svijesti o vrijednosti kulturne baštine koja nas okružuje. Ovom manifestacijom potiče se navika posjeta muzejima, međusobno povezivanje institucija te se naglašava važnost potencijalnog razvoja kulturno - turističkog sektora mjesta temeljenog na ponudi kulturnih ustanova.

Potaknuta Europskom noći muzeja manifestacija Noć muzeja u Hrvatskoj započela je u prosincu 2005. godine kao gradski projekt šest zagrebačkih muzeja da bi 2014. godine povezala ukupno dvije stotine i deset muzeja u sto gradova s više od 360.000 posjetitelja¹.

Rad prikazuje istraživanje o utjecaju Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije u lokalnoj zajednici koje je provedeno 2011. godine na uzorku od tri stotine i devetnaest ispitanika i 2012. godine na uzorku od dvije stotine i sedamdeset i jednog ispitanika. Cilj je utvrditi ima li Noć muzeja značajnu i prepoznatljivu ulogu u promicanju i pozicioniranju Muzeja i jačanju njegove djelatnosti u lokalnoj zajednici.

Cilj je ovog rada saznati koliki utjecaj manifestacija poput osječke Noći muzeja ima na lokalnu zajednicu, kako su posjetitelji osječke Noći muzeja saznali za tu manifestaciju, koliko često odlaze u muzeje tijekom godine i što bi ih potaknulo na češći odlazak te jesu li posjetitelji ove manifestacije ujedno i korisnici knjižnica. Pozitivnu prepoznatljivost Noći muzeja predstavlja prvenstveno organizacija djelovanja na području cijele Hrvatske.

Drugo poglavlje daje pregled definicija muzeja i njegove uloge u društvu kao i povijesni razvoj muzeja, od samih početaka do danas. Zatim su definirane funkcije muzeja gdje se obrađuje pitanje izgradnje i održavanja muzejskih zbirki i istraživačka djelatnost te izložbe i edukacije, mogućnosti ispunjavanja slobodnog vremena kao i komunikacijska funkcija muzeja. Treće se poglavlje bavi razlozima i područjima mjerenja uspješnosti poslovanja u muzejskom kontekstu kao i mjerenjem učinka muzeja. Sljedeće poglavlje obrađuje jedan segment ekonomskog učinka muzeja na društvo, a to je kulturni turizam. Unutar navedenog poglavlja sažeto je prikazan program Noći muzeja u Muzeju Slavonije Osijek za razdoblje od 2007. – 2014. godine, kao i program za Muzej Slavonije Osijek. Peto poglavlje se odnosi na istraživanje o utjecaju Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije u lokalnoj zajednici.

U poglavlju koje slijedi definiran je pojam muzeja i njegova uloga u društvu.

¹ Usp. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (2014-09-03)

2. Muzeji

Muzej je institucija zasnovana s ciljem da kulturnu baštinu pokazuje javnosti. Riječ „muzej“ u svakodnevnoj je uporabi, ali ga nije lako definirati. Povijesni razvoj pokazuje kako su se muzeji, iako zajedničkog porijekla, razdvojili u niz institucija koje na prvi pogled imaju malo zajedničkih dodirnih točaka. Muzej može mijenjati praktične oblike pojavljivanja: od muzeja kao klasične ustanove, preko muzeja kao kulturnog centra i lokaliteta „*in situ*“, do svojevrsnog virtualnog muzeja. Kada je riječ o tome kako ga definirati, svatko ga drugačije poima². Upravo ovom problematikom, kao i ulogama muzeja u društvu, bavi se sljedeće poglavlje.

2.1. Definicije muzeja i njegove uloge u društvu

Kao stalna ustanova važna za izgradnju društvenog koncepta muzej ima zadaću da sakuplja, vrednuje, čuva i izlaže javnosti zbirke predmeta, umjetnina, dokumenata prenoseći ideje pohranjene u njima i stvarajući znanje o tome. Muzej kao kulturna institucija od velike je važnosti za baštinu određenih društvenih i teritorijalnih područja, bilo nacionalnih ili lokalnih³.

Sama definicija muzeja evoluirala je zajedno s razvojem društva. Prema navodu u *Općoj enciklopediji*, muzej je do srednjeg vijeka sastajalište umjetnika i znanstvenika, a od kraja srednjeg vijeka muzejom se nazivaju zgrade u kojima se pohranjuju kulturno-povijesni ili umjetnički predmeti. Danas naziv muzeja nosi ustanova ili zgrada u kojoj se čuvaju, proučavaju i po određenom sustavu izlažu zbirke starina i umjetnina, prirodnoznanstvenih, tehničkih i sličnih predmeta⁴.

Muzej se prema Međunarodnom vijeću muzeja (ICOM)⁵ tumači kao neprofitna stalna ustanova u službi društva i njegova razvoja i otvorena javnosti, koja sabire, čuva, istražuje, komunicira i izlaže materijalna svjedočanstva čovjeka i njegove okoline, radi proučavanja, obrazovanja i zabave⁶. Međunarodno vijeće muzeja u ovoj definiciji navodi temeljne funkcije muzeja koje služe učenju i obrazovanju, kao i užitku posjetitelja.

²Usp. Gob. André; Drouguet, Noémie. Muzeologija: povijest, razvitak, izazovi današnjice. Antribarbus: Zagreb, 2007. Str. 38.

³Usp. Isto.

⁴Muzeji. // Hrvatska enciklopedija. Svezak 7, Mal - Nj. Zagreb : Leksikografski zavod „Miroslav Krleža“, 1999. Str. 536-537.

⁵ICOM. International Council of Museums. URL: <http://icom.museum/> (2014-09-03)

⁶Usp. Museum definition. // ICOM. International Council Of Museums. URL: <http://icom.museum/the-vision/museum-definition/> (2014-09-03)

Prema enciklopediji *Britannica*⁷ muzej je definiran kao ustanova posvećena očuvanju i tumačenju opipljivih dokaza čovječanstva i njegovog okuženja. Iako je često uspoređivan s knjižnicom, uvelike se razlikuje jer su muzejski predmeti prvenstveno jedinstveni i predstavljaju izvorni materijal za razna istraživanja i stručne studije. Muzeji su osnovani s ciljem poboljšanja kvalitete života na područjima gdje se nalaze, promicanja kulturnog turizma kao i obogaćivanja obrazovnog sustava i korištenja muzejskog prostora kao mjesta susreta znanstvenika i posjetitelja⁸.

Opća enciklopedija *Alpha encyclopedie* muzej vidi kao stalnu ustanovu osnovanu s ciljem čuvanja, proučavanja i izlaganja zbirke umjetničkog, povijesnog, znanstvenog ili tehničkog značaja radi užitka i izobrazbe publike⁹.

U temeljnim službenim dokumentima Republike Hrvatske vezanim uz muzeje, kao što su *Zakon o muzejima* (članak 5. i 7.) i *Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara* (članak 2., 7., 8. i 9.) muzejska djelatnost definirana je prema onome što obuhvaća i predstavlja, to jest govori se da je to skup civilizacijskih, kulturnih, prirodnih i inih dobara, kao dio nacionalne i opće baštine¹⁰. Muzejska djelatnost, uz gore navedeno, također obuhvaća stručnu i znanstvenu obradu i sistematizaciju u zbirke, trajno zaštićivanje muzejske građe, muzejske dokumentacije, muzejskih lokaliteta i nalazišta, njihovo neposredno i posredno predočavanje javnosti putem stalnih i povremenih izložbi, te objavljivanje podataka i spoznaja o muzejskoj građi i muzejskoj dokumentaciji putem stručnih, znanstvenih i drugih obavijesnih sredstava¹¹.

Osamdesetih godina dvadesetog stoljeća javlja se potreba za definiranjem same biti muzeja i tu Peter van Mensch donosi tri osnovne definicije. Van Mensch muzej gleda kao mjesto za sabiranje, uređivanje i zaštitu materijalnih predmeta koji su izazvali nečiju pozornost. Isto tako kaže da je to ustanova u kojoj se primjenjuju i ostvaruju posebni odnosi čovjeka i stvarnosti te da je muzej ustanova koja sabire, dokumentira, čuva, izlaže i interpretira materijalna svjedočanstva i pridružene im informacije u interesu javne dobiti. Na osnovi navedenih definicija Peter van Mensch kao zaključak predlaže definiciju koja kaže da je muzej stalna muzeološka institucija koja čuva zbirke predmeta kao dokumenata i generira znanje o tim dokumentima¹².

⁷Usp. Lewis, Geoffrey. History of museums. // Britannica Online Encyclopedia. URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/398827/history-of-museums> (2014-09-05)

⁸Usp. Isto.

⁹Alpha encyclopedie. Svezak 11. Str. 4117. Citirano prema: Gob. André; Drouguet, Noémie. Muzeologija: povijest, razvitak, izazovi današnjice. Antribarbus: Zagreb, 2007. Str. 40.

¹⁰Usp. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, 1999. URL: <http://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/271022.html> (2014-09-03)

¹¹Usp. Zakon o muzejima, 1998. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/269487.html> (2014-03-09)

¹²Usp. Isto., str. 78.

Autori André Gob i Noémie Drouguet u svojoj knjizi „*Muzeologija: povijest, razvitak, izazovi današnjice*“ muzej opisuju kao kompleksnu, multiformnu i multifunkcionalnu instituciju. Napominju kako je zadatak muzejskih ustanova, odnosno njegovih djelatnika da usavrše mehanizme djelovanja koji bi odgovarali potrebama društva trećeg tisućljeća te da samim otvaranjem zbirke za javnost institucija ne stječe status muzeja¹³.

Budući da su zbirke u muzejima veoma različite, postoje i različite vrste muzeja. Najčešće se dijele prema vrstama predmeta koje čuvaju, a sama podjela je na opće i specijalne dok u specijalne ubrajamo etnografske, arheološke, umjetničke muzeje i galerije, tehničke, prirodoslovne, muzeje na otvorenom itd. Svaki od navedenih muzeja čuva pojedine vrste predmeta koji su sastavljeni od različitih materijala, dok muzeji općeg tipa prikupljaju raznovrsnu i bogatu građu te pomoću nje tvore kompleksan fond koji se onda može sastojati od nekoliko odjela odnosno zbirki. Svaki odjel odnosno zbirka ima svog voditelja koji je zadužen za nju¹⁴.

Uloga muzeja u društvu od velikog je značaja. Sagledamo li povijest muzeja od samog nastanka (gdje je u početku vladao kaos) do danas (kada je to izuzetno organizirani sustav), može se zaključiti kako se muzej razvija, to jest da je evoluirao u skladu s društvom. Maroević kaže da je muzej hram muza čija je edukativna uloga da ulazi u život svake nove sadašnjosti, zatim riznica odabranog i skupljenog blaga koja stimulira duhovne potrebe čovjeka i omogućuje mu neposredan kontakt sa svojom prošlosti¹⁵. Kao zaključni aspekt muzeja koji obuhvaća sve druge, muzej je prostorni okvir u kojem se sve to zbiva i organizam sastavljen od osoblja koje obavlja sve muzejske poslove i brine se da muzej funkcionira. Povijesni razvoj muzeja biti će objašnjen nadalje u radu.

2.2. Povijesni razvoj

Riječ muzej dolazi od grčke riječi *Mūseion* koji označava “kuću muza”. Prvi zapis o umjetničkoj zbirci sakupljenoj u ratnim pohodima potječe iz starovjekovnog grada Suze, a spominje se oko 1176. godine prije Krista. Na atenskoj akropoli, u 5. stoljeću prije Krista, nalaze se arhetipski oblici budućih galerija i muzeja. Kao institucija prvi puta se javlja u helenističkom razdoblju u egipatskoj Aleksandriji čiji je osnivač bio vladar Ptolemej II. koji je dao izgraditi knjižnicu sa znanstvenom ustanovom Muzejom. Knjižnica nije bila otvorena za javnost nego

¹³Usp. Gob. André; Drouguet, Noémie. Nav.dj. Str. 39.

¹⁴Usp. Code of ethics. // ICOM. International Council Of Museums.URL: <http://icom.museum/the-vision/code-of-ethics/> (2014-06-18)

¹⁵Usp. Maroević, Ivo. Uvod u muzeologiju. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 1993. Str. 79.

samo za studente i znanstvenike. Za njene potrebe prikupljani su rukopisi, papirusi i razni natpisi sa svih strana svijeta. U antičkoj Grčkoj i Rimu bile su poznate pinakoteke, to jest zbirke slika koje su se prikupljale i javno izlagale u knjižnicama, dvoranama, hramovima ili na otvorenome. U srednjem vijeku umjetnički predmeti čuvali su se u crkvenim riznicama, a početkom renesanse u rječnike se uvodi pojam muzej¹⁶.

Današnji tip muzeja javlja se u doba renesanse u Italiji, pod tim imenom nazivala se velika zbirka umjetnina koju je u Firenci sakupio njen vladar Lorenzo de Medici. Tijekom ranog novog vijeka pod pojmom muzej obično su se podrazumijevale razne privatne zbirke. Od 16. stoljeća zanimanje za prikupljanje kulturno-povijesno-znanstvene građe raste i javljaju se galerije u kojima se čuvaju umjetnička djela. No tek u 18. stoljeću, iz privatnih umjetničkih zbirki, razvili su se prvi muzeji kao institucije. Tada se počinju i graditi prve muzejske zgrade prilagođene muzejskoj građi i otvorene javnosti: *Asmolean Museum*¹⁷ u Oxfordu, *Naturhistorisches Museum*¹⁸ u Beču (1748.), *British Museum*¹⁹ u Londonu (1753.) i drugi. Završetkom Francuske revolucije nastaje veliki broj javnih muzeja, a u 19. dolazi do prvih specijalističkih razvrstavanja muzeja. Nakon čvrstog formiranja institucije, muzejske zgrade se uređuju kako bi se prilagodile određenoj vrsti muzejskog predmeta. Postupno se pokušavaju stvoriti enciklopedijski muzeji s edukativnim pristupom poput *Metropolitan Museum of Art*²⁰ u New Yorku i *Museum of Fine Arts*²¹ u Bostonu, a slijedom pojave novih znanstvenih disciplina, muzejske zbirke prerastaju u specijalizirane muzeje. U 20. stoljeću se povećava broj državnih muzeja te dolazi do konačne podjele na znanstvene i umjetničke muzeje. Znanstveni se muzeji odnose na arheološke, povijesne, prirodoslovne, tehničke, školske i druge muzeje, dok se umjetnički odnose na one muzeje čija je djelatnost usmjerena isključivo na djela likovne umjetnosti kao što su slikarstvo, kiparstvo, grafika, film, kazalište, glazba i drugo. Muzeji se dijele i prema teritorijalnoj pripadnosti i to na državne, zemaljske, pokrajinske, gradske i zavičajne. Najznačajniji su umjetnički muzeji i galerije svijeta: *Uffizi*²² u Firenci, *Brera*²³ u Milanu, *Louvre*²⁴ u Parizu, *British Museum*²⁵ i *National Gallery*²⁶ u Londonu, *National Gallery of art*²⁷ u Washingtonu, *Metropolitan Museum of art*²⁸ te *Egyptian Museum*²⁹ u Kairu³⁰.

¹⁶Usp. Lewis, Geoffrey. History of museums. Nav.dj.

¹⁷The Asmolean Museum. URL: <http://www.ashmolean.org/> (2014-09-05)

¹⁸Naturhistorisches Museum. URL: <http://www.nhm-wien.ac.at/> (2014-09-05)

¹⁹British Museum. URL: <http://www.britishmuseum.org/> (2014-09-05)

²⁰Metropolitan Museum of Art. URL: <http://www.metmuseum.org/> (2014-09-05)

²¹Museum of Fine Arts. URL: <http://www.mfa.org/> (2014-09-05)

²²Uffizi. URL: <http://www.uffizi.com/> (2014-09-05)

²³Pinacoteca di Brera. URL: <http://www.brera.beniculturali.it/> (2014-09-05)

²⁴Louvre. URL: <http://www.louvre.fr/> (2014-09-05)

²⁵British Museum. URL: <http://www.britishmuseum.org/> (2014-09-05)

²⁶National Gallery. URL: <http://www.nationalgallery.org.uk/> (2014-09-05)

U Hrvatskoj, prve grupe dokumenata u kojima nalazimo upotrijebljenu riječ *Musaeum*, vezana je uz crkvene zajednice. Iako se već u 16. stoljeću u raznim dokumentima i rječnicima daje naslutiti da se govori o muzejima, sama riječ muzej, kao takva, nije bila upotrijebljena. Prostori Hrvatske učestalije su počeli rabiti pojam *Musaeum* za sakupljene zbirke baštine tek u 18. stoljeću. Smatra se da je prvi muzej u Hrvatskoj bio u kući Pavla Rittera Vitezovića 1696. godine, koji je izgorio u požaru 1706. godine³¹. Najstarija muzejska ustanova u Hrvatskoj je Arheološki muzej u Splitu³² osnovan 1820. g. Najstarija središnja institucija u Hrvatskoj bio je Narodni muzej u Zagrebu čije je djelovanje započelo 1846. godine kada je otvorena prva izložba. Obijedio je različite odjele od kojih su kasnije nastali Hrvatski prirodoslovni muzej³³, Hrvatski povijesni muzej³⁴, Arheološki muzej³⁵ i Etnografski muzej³⁶. Ovi muzeji odvojili su se u zasebne institucije u prvoj polovici 20. stoljeća³⁷.

2.3. Funkcije muzeja

Prema Van Menschu tri su osnovne muzejske funkcije koje se odnose na zaštitu, istraživanje i komunikaciju. U svom PRC modelu (*Preservation – Research - Communication* / zaštita - istraživanje – komunikacija) napominje kako se navedene osnovne funkcije mogu komplementarno povezati unutar cjeline muzeja, ali jednako tako i individualno djelovati na okolinu i primati utjecaje iz okoline, neovisno o drugim muzeološkim funkcijama. Funkcija zaštite proizlazi iz ideje da se muzejski predmet smatra primarnim dokumentom koji je izdvojen iz pojavnog svijeta u muzejsku stvarnost. Predmeti tek kao dokumenti postaju pojam znanstvene dokumentacije te je svrha njihove selekcije zaštita i čuvanje od propadanja. Funkciju zaštite dijelimo na očuvanje društvene vrijednosti muzejskog predmeta te na njegovo materijalno očuvanje. Društvenu vrijednost predmeta, to jest njegovu priču, čuvamo na način da ju izlažemo javnosti uz kazala i izložbenu dokumentaciju. Materijalno očuvanje predmeta odnosi se na

²⁷National Gallery of art. URL: <http://www.nga.gov/content/ngaweb.html> (2014-09-05)

²⁸Metropolitan Museum of Art. URL: <http://www.metmuseum.org/> (2014-09-05)

²⁹Egyptian Museum. URL: <http://www.emuseum.gov.eg/> (2014-09-05)

³⁰Usp. Britannica Online Encyclopedia. URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1426125/history-of-museums> (2014-09-05)

³¹Usp. Vujić, Žarka. Pojam muzeja: pojave i uporaba pojma musaeum u Hrvatskoj. // Izvori muzeja u Hrvatskoj / Žarka Vujić. Zagreb: Kontura art magazin, 2007., str. 17-19.

³²Arheološki muzej u Splitu. URL: <http://www.mdc.hr/split-arheoloski/index.html> (2014-09-05)

³³Hrvatski prirodoslovni muzej. URL: <http://hpm.web.link2.hr/> (2014-09-05)

³⁴Hrvatski povijesni muzej. URL: <http://www.hismus.hr/hr/> (2014-09-05)

³⁵Arheološki muzej. URL: <http://www.amz.hr/> (2014-09-05)

³⁶Etnografski muzej. URL: <http://www.emz.hr/intro.html> (2014-09-05)

³⁷Usp. Vujić, Žarka. Nav.dj., str. 21.

processe koje poduzimamo da bi zaštitili i očuvali fizički oblik muzejskog predmeta, počevši od preventivne zaštite te zaštita materijala koja se odnosi na konzerviranje i restauriranje muzejskog predmeta. Funkcija istraživanja odnosi se na stvaranje konkretne dokumentacije o određenom predmetu gdje se stvara muzejska identifikacija. Da bi predmet bio muzealno identificiran potrebno ga je dugo proučavati, selektirati te kao rezultat toga smanjiti polje njegove neodređenosti. Stjecanjem muzealnosti stvara se poruka koju će taj predmet prenositi. Komunikacijska je funkcija muzeja da društvu prenese poruke koje su sadržane u određenom predmetu. Muzejske predmete izlažemo zbog njihove muzealnosti, to jest poruke koju prenosimo njima, a ne samo zbog njih samih. Muzejska je izložba glavni oblik komunikacijske funkcije muzeja³⁸.

Gobe i Drouguet smatraju da postoje četiri osnovne funkcije muzeja: funkcija izlaganja, funkcija čuvanja, znanstvena funkcija i animacijska funkcija. Funkcija izlaganja zagovara mišljenje da je svrha muzeja u prezentiranju zbirke predmeta ili vrijednosti kulturnog značaja radi zabave i izobrazbe publike. Muzej je mjesto sabiranja i čuvanja baštine te kao takav mora osigurati zaštitu zbirke od krađe, ali i propadanja uzrokovanog djelovanjem raznih čimbenika koji mogu uništiti cjelovitost ili opće stanje predmeta. Kako bi ispunio znanstvenu funkciju, muzej mora provoditi razna proučavanja u korist muzejskih predmeta i njihova konteksta. Istraživanja mogu provoditi muzejski djelatnici u samom muzeju, ali vrlo je bitno poticati suradnju s vanjskim stručnjacima. Posljednja funkcija, animacijska, uključila je muzej u kulturni i društveni život svog grada i regije. Animacijske aktivnosti poput povremenih izložbi, vođenih obilazaka, koncerata, radionica, priredbi i slično mogu koristiti muzeju jer putem nje on postaje prepoznat u javnosti i na taj način privlači nove posjetitelje³⁹.

2.3.1. Istraživačka djelatnost u muzeju

Prema Zakonu o muzejima 1998. godine muzejske djelatnosti obuhvaćaju skupljanje, čuvanje i *istraživanje* civilizacijskih, kulturnih i prirodnih dobara te njihovu stručnu i znanstvenu obradu i sistematizaciju u zbirke, trajno zaštićivanje muzejske građe, muzejske dokumentacije, muzejskih lokaliteta i nalazišta, njihovo neposredno i posredno predočavanje javnosti putem stalnih i povremenih izložaba, te objavljivanje podataka i spoznaja o muzejskoj građi i muzejskoj

³⁸Usp. Van Mensch, Peter. Towards a methodology of museology., str. 18. URL: http://www.muzeologie.net/downloads/mat_lit/mensch_phd.pdf (2014-09-03)

³⁹Usp. Gob, Andre; Drouguet, Noemie. Nav.dj. Str. 64.

dokumentaciji putem stručnih, znanstvenih i drugih obavijesnih sredstava. Može se zaključiti kako je uz skupljanje i čuvanje muzejskih predmeta, istraživačka djelatnost u muzeju jedna od njegovih najbitnijih zadaća⁴⁰.

Svakoj izložbi, restauraciji, didaktičkom predstavljanju ili kulturnoj akciji prethodi istraživački rad muzejskih kustosa. Istraživanje u muzeju ima dva važna polazišta od kojih je prvo pružiti stručnjacima izvan muzeja istraživačka sredstva vezana uz tematiku i muzejske zbirke određenog muzeja te provoditi i objavljivati vlastita istraživanja. Svaki muzej mora uskladiti svoje istraživačke aktivnosti prema veličini i raspoloživim sredstvima, veliki muzeji s brojnom ekipom kustosa mogu samostalno voditi istraživačke radove, dok mali muzeji koji ne raspolažu potrebnim stručnjacima i sredstvima otvaraju svoje zbirke vanjskim suradnicima te ih opskrbljuju odgovarajućom dokumentacijom o zbirkama. Upravo umreženje muzeja jedan je od načina koji manjim muzejima otvara mogućnost za suradnju. Povezivanje može biti iskazano kroz zajedničko objavljivanje kataloga, provođenje anketa, razmjenu informacija, postavljanje zajedničkih povremenih izložbi i slične aktivnosti. Muzej je na dobiti kad njegove zbirke prouče kompetentni istraživači i o njima objave stručne radove koji omogućavaju zbirkama da postanu predmetom šireg proučavanja⁴¹. Mnogi muzeji istraživačima daju na uvid muzejske predmete koji nisu izloženi, to jest koji se nalaze u zatvorenim skladištima⁴².

Ovisno o infrastrukturi koja postoji u muzeju, istraživačka djelatnost može se odvijati u raznim prostorima poput knjižnice, dokumentacijskog centra, laboratorija ili radnog kabineta. Brojni muzeji posjeduju knjižnicu sa stručnom literaturom koja je usko vezana s tematikom muzeja koja stručnjacima i vanjskim suradnicima stoji na raspolaganju. Dokumentacijski centar okuplja svu dokumentaciju, arhive, dokumente, inventare podatke o muzejskim predmetima te svu ostalu dokumentaciju koju bi mogla poslužiti istraživačima (fotografije, ilustracije predmeta, reprodukcije i slično). Laboratorij ili preparatorska radionica u muzejima srednje veličine posjeduje najnužniju opremu za svakodnevno održavanje i restauraciju predmeta te njihovo proučavanje uz pomoć jednostavnih instrumenata za ispitivanje koji istraživačima omogućavaju dugotrajno i precizno proučavanje uzoraka koje žele uvrstiti u svoj znanstveni rad. Zatim, u sklopu muzeja kao prostor namijenjen istraživačima, većinom vanjskim suradnicima, nalazi se radni kabinet koji omogućuje mirno mjesto gdje mogu proučavati muzejske predmete⁴³. Dokumentacijom svakog istraživanja u muzejskoj djelatnosti prate se i fiksiraju radni procesi i

⁴⁰Usp. Zakon o muzejima, 1998. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/269487.html> (2014-03-09)

⁴¹Usp. Gob, Andre; Drouguet, Noemie. Nav.dj. Str. 205.

⁴²Usp. Brooks, Madsen Leslie. Collection and research. // Encyclopedia of library and information sciences. Third ed. London: CRC press. Vol. 7. 2010. Str. 3774.

⁴³Isto.

postupci te bilježe rezultati istraživanja. Oni su element za stvaranje novog znanja različitih znanstvenih predznaka⁴⁴.

Iz navedenog vidljivo je da znanstveno istraživanje podupire sve muzejske funkcije, ono je nužno za očuvanje predmeta s obzirom na to da je dobro poznavanje djela preduvjet za zahvat na području zaštite i restauracije, o njemu ovisi i način prezentiranja te sadržaj izložbe. Također, postoje i istraživanja koja su usmjerena na analizu izložbe kao načina komuniciranja i edukacije, o čemu će biti više govora u poglavlju koje slijedi.

2.3.2. Izložbe i edukacija

Muzejska je izložba u najširem smislu sredstvo komunikacije, to jest glavni oblik komunikacijske funkcije muzeja. Temeljno obilježje izložbe kao komunikacije sastoji se u tome da posjetitelju prepušta odlučujuću ulogu u otkrivanju smisla. Izložba posjetitelju daje naputke kako bi istovremeno prepoznao da je riječ o izložbi i shvatio ono bitno, to jest kako bi prepoznao izložak od onoga koji to nije i sve popratio podacima priloženim uz izložene predmete. Izložba je uvjetovana kulturnim potrebama, interesima i svrhom⁴⁵.

U UNESCO-vom priručniku Verhaar i Meeter izložbu su definirali kao komunikaciju koja podrazumijeva veliku publiku s ciljem prijenosa informacija, ideja i osjećaja nadovezujući se na materijalni dokaz čovjeka i njegovog okruženja uz pomoć vizualnih i dimenzijskih metoda⁴⁶. Burcaw ju je definirao kao skup predmeta umjetničke, povijesne, znanstvene ili tehnološke prirode, kroz koji se posjetitelji kreću od jedne jedinice do druge određenim slijedom koji je dizajniran da bude smislen obrazovno i estetski⁴⁷. Herreman smatra da je ona komunikacijski medij baziran na objektima i njihovim komplementarnim elementima, prezentiran u za to predodređenom prostoru, koji koristi specijalne interpretacijske tehnike i slijed učenja kojima je cilj prienos i komunikacija sadržaja, vrijednosti ili znanja⁴⁸.

⁴⁴Usp. Zlodi, Goran. Muzejska vizualna dokumentacija u digitalnom obliku. // Muzeologija 40 (2003.), str. 14.
URL: http://www.mdc.hr/UserFiles/File/Muzeologija/muzeologija_40.pdf (2014-10-01)

⁴⁵Gob. André; Drouguet, Noémie. Nav.dj.

Citirano prema: Usp. Davallon, Jean. L'Exposition a l'oeuvre. Strategie de communication et mediation symbolique. Pariz, 1999. Str. 11.

⁴⁶UNESCO Handbook. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001410/141067e.pdf> (2014-09-29)

Citirano prema: Verhaar, Jan; Meeter, Han. Project model exhibitions. Amsterdam: Reinwardt academie, 1989. Str. 45.

⁴⁷Usp. Isto.

Citirano prema: Burcaw, George Ellis. Introduction to museum work. London: Altamira press, 1997. Str. 20.

⁴⁸Usp. Isto.

Citirano prema: Herreman, Yani. Museos: introduccion a su teoria y practica. Madrid: Itsmo, 1993. Str. 37.

Jean Davallon određuje izložbu kao sustav koji je nastao raspoređivanjem stvari u prostoru s osnovnom namjerom da budu dostupne društvenim jedinkama⁴⁹. Peter van Mensch izložbu vidi kao „zemlju snova“, to jest kao rezultat procesa selekcije i manipulacije informacijama, gdje posjetitelj prihvaća sudove i interpretacije kojima muzej kao medij određuje značenje⁵⁰. Prema Maroeviću izložba je složeni informacijski sustav u kojem se pomoću predmeta - dokumenata prenosi korisnicima - publici poruka koja će se konstruirati u svakoj pojedinoj ličnosti u skladu s njezinim interesima, znanjem i maštom⁵¹.

Izložba se koristi raznorodnim predmetima kao što su djela, fotografije, crteži, pokretne slike (filmovi, video...) i predstavljaju elemente, odnosno osnovne jedinice jezika izložbe. Izložba posjeduje svoj vlastiti jezik koji izloženi predmeti sami po sebi ne prenose niti se on sastoji od popratnih tekstova. Stvoren je od verbalnih elemenata (tekstovi) i neverbalnih koji mogu biti vizualni, auditivni, olfaktivni, taktilni i drugi. Nijedan od ovih elemenata nema značaj sam po sebi, već se njihovim raspoređivanjem i spajanjem daje smisao izložbi. Izložba posjetitelju mora približiti ovaj jezik i učiti ga kako dokučiti smisao izložbe⁵².

Edukacija u muzeju važan je segment muzeološkog rada. Edukacija je definirana kao pedagoški i didaktički osmišljeno i sustavno organizirano učenje, odnosno iskustvo pojedinca koje se očituje u porastu znanja i vještina te razvoju sposobnosti. Upravo to iskustvo, edukacija u kojoj je posjetitelj aktivni sudionik, moguće je dobiti u muzejima. Učenje u muzeju spontani je proces, iskustveno doživljajno učenje odvija se na temelju istraživanja pojedinca gdje je smanjena uloga teksta pomoću muzejskog predmeta te je veće usmjerenje na vizualnim i ostalim osjetilima. Edukativni programi usmjereni su ne samo na stjecanje znanja, već i različitih vještina i iskustava, a namijenjeni su širokom krugu posjetitelja (predškolicima, osnovnoškolcima, srednjoškolcima, studentima, individualnim posjetiteljima, obiteljima, turistima i svim zainteresiranima). Muzejska edukacija uključuje stručna opća i tematska vodstva (stalni postavi ili povremene izložbe), muzejske radionice, edukativne projekte, objavljivanje pedagoško – edukativnih publikacija, projekcije videofilmova i diapozitiva, interaktivni i *online* projekti, predavanja, susrete s umjetnicima te razna druga kulturna događanja⁵³.

Može se reći da postoji slika o muzeju kao o staroj zgradi gdje se čuvaju stare stvari. Razbijanje predrasude o muzejima kao takvima moguće je ostvariti uz kompetentne muzejske

⁴⁹Gob. André; Drouguet, Noémie. Nav.dj.

Citirano prema: Usp. Davallon, Jean. Nav.dj. Str. 12.

⁵⁰Van Mensch, Peter. Nav.dj., str. 20.

⁵¹Usp. Maroević, Ivo. Muzejska izložba – muzejski izazov. // Informatica muzeologica 34, 3/4 (2003), str. 15.

⁵²Usp. Isto., str. 17.

⁵³Usp. Singh, Kumar Prabhas. Museum and education.,str. 71.URL: <http://orissa.gov.in/e-magazine/Journal/journalvol1/pdf/orhj-10.pdf> (2014-10-01)

pedagoge i ostalo stručno muzejsko osoblje. Moderne tehnike izlaganja i prezentiranja muzejskog predmeta, organiziranje radionica tijekom školskih praznika ili slanjem dopisa osnovnim i srednjim školama za svaku izložbu ili događanje koje je primjereno odabranom uzrastu povećava se mogućnost posjete i uspostavljanja te održavanja stalnih kontakata sa školama te drugim posjetiteljima. Ukoliko se muzej i njegovo osoblje odluče na privlačenje posjetitelja školskog uzrasta, moraju voditi računa o tome da radionice i izložbe počinju početkom školske godine, a prije samog početka kontakt između nastavnika - profesora i muzejskog pedagoga - kustosa omogućit će upoznavanje školskog gradiva i muzejske aktivnosti na osnovu čega prosvjetni radnici mogu isplanirati koje se aktivnosti mogu održavati u muzeju, a muzejski stručnjaci, ukoliko je potrebno, prilagoditi sadržaj nastavnom programu⁵⁴.

U sklopu projekta Muzeji za sve Muzejske udruge Istočne Hrvatske koji je započeo 2009. godine i čiji je cilj otvaranje muzeja prema potrebama osoba s invaliditetom, njihovog educiranja, kao i educiranja muzejskih pedagoga kroz razne radionice i predavanja vidljiv je pomak u angažmanu od strane muzeja diljem Hrvatske⁵⁵. Muzej Slavonije Osijek uključio se u navedeni projekt organizirajući četiri radionice izrade i ukrašavanja licitara putem kojih su željeli uključiti i educirati sugrađane, od najstarijih do najmlađih, o važnosti očuvanja jedne osječke tradicije. Zadnja radionica organizirana je s članovima gluhoslijepih osoba Dodir⁵⁶ te je omogućila uključivanje osoba s posebnim potrebama u program muzejske edukacije. Više o ovom projektu i programu i Muzeju Slavonije Osijek može se pronaći na službenim stranicama Muzejske udruge Istočne Hrvatske⁵⁷. Pregledom edukativnih aktivnosti za djecu brojnih hrvatskih muzeja može se zaključiti kako mnogi muzeji nemaju zaposlenog muzejskog pedagoga, te da postoji slučajevi gdje su oni zaposlenici muzeja, ali njihova uloga organiziranja radionica, predavanja i privlačenja mladih u muzej nije vidljiva. Mnogi hrvatski muzeji nemaju zaposlenog muzejskog pedagoga, razlog je moguće potražiti u financijskom polju ili u činjenici da još uvijek ne vide potrebu za privlačenjem mladih u muzeje. Također, neki muzeji pod edukativne aktivnosti smatraju samo grupne posjete i stručna vodstva, zanemarujući iskustveno doživljajno učenje koje im muzej pruža⁵⁸.

⁵⁴Usp. Morina, Tefik. Muzej i škola. // Muzeologija 17(1975), str 135. URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=149390 (2014-10-01)

⁵⁵Usp. Muzejske udruge Istočne Hrvatske. URL: www.muhih.hr (2014-09-24)

⁵⁶Dodir. URL: www.dodir.hr (2014-09-24)

⁵⁷Usp. Muzeji za sve., str 27. URL: http://muhih.hr/images/stories/novosti/2013/gluo/Muzeji_za_sve_2013.pdf (2014-10-01)

⁵⁸Usp. Hrvatski muzeji za djecu 2. URL: <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/Ucimo-gledati-zine/Broj%202/muzeji%20za%20djecu%20.htm> (2014-10-01)

2.3.3 Ispunjavanje slobodnog vremena

Kolokvijalnim jezikom slobodno vrijeme definiran je kao ono vrijeme u kojemu se možemo baviti onim što nam pričinjava zadovoljstvo, za što smo često zakiniti u okviru svog radnog vremena. Zabriskie i McCormick smatraju da je slobodno vrijeme obitelji vrijeme u kojem članovi obitelji zajedno sudjeluju u odabranim aktivnostima te tako razvijaju međusobno povjerenje i bliske odnose, čime doprinose stvaranju složne obiteljske zajednice⁵⁹. Radno mjesto, kao i zanimanje na nestabilnom tržištu rada čini slobodno vrijeme značajnije te važnost odabira sadržaja ima veću vrijednost. Pri odabiru aktivnosti u slobodno vrijeme roditelji se često okreću raznim igraonicama, trgovačkim centrima, kinima, kazalištima, sajmovima i slično. Nadalje, Sedlar i Boneta smatraju da sadržaji koje obitelji odabiru za provođenje svog slobodnog vremena imaju veliku važnost za socijalizaciju i edukaciju djece kao i ostalih članova obitelji⁶⁰. Posljednjih desetljeća muzeji pokušavaju uskladiti edukacijsku funkciju sa slikom muzeja koji pruža mogućnost ispunjavanja slobodnog vremena i zabave, a obitelji su ciljane publika. Ukoliko muzeji žele biti prepoznati od strane pojedinaca i obitelji, potreban je angažman s njihove strane kako bi se prepoznala mogućnost zabave i učenja na jednom mjestu. Iako je dolazak u muzej direktno povezan s učenjem kroz izložbe i razne edukacijske programe, jednako tako bitno je formiranje obiteljskog identiteta i identiteta pojedinca u jednom neformalnom okruženju⁶¹. Prema provedenom istraživanju Berc i Kokorić „*Slobodno vrijeme obitelji kao čimbenik obiteljske kohezivnosti i zadovoljstva obiteljskim životom*“⁶² rezultati su pokazali kako se muzeji nalaze na četvrtom mjestu prilikom odabira zajedničkih aktivnosti u slobodno vrijeme (zajednički odlazak na društvena događanja – muzeji, sajmovi i slično) iza zajedničkih aktivnosti kod kuće (gledanje TV-a, čitanje...), zajedničkih aktivnosti oko kuće (šetnje, igra s kućnim ljubimcem...) te zajednički odlazak u goste/ restoran / zabave i slično⁶³.

Kroz zajedničko provođenje slobodnog vremena pojedinci i članovi obitelji mogu se posvetiti jednim drugima, ili sami sebi, odmoriti se, zabaviti se i postići osobni razvoj. Muzeji mogu ponuditi kvalitetne programe i različite edukacijsko – kreativne aktivnosti kako bi privukli sve one koji su u potrazi za mjestom gdje bi mogli kvalitetno provesti svoje slobodno vrijeme,

⁵⁹Usp. Zabriskie, Ramon; McCormick, Bryan. Parent and child perspectives of family leisure involvement and satisfaction with family life. // Journal of Leisure Research 35, 2(2003), str. 173.

⁶⁰Usp. Sedlar, Antonija; Boneta, Željko. Obiteljsko slobodno vrijeme., str. 14. URL: <http://hrcak.srce.hr/123765> (2014-10-01)

⁶¹Usp. Brooks, Madsen Leslie. Leisure destination. // Encyclopedia of library and information sciences. Third edition. London: CRC press. Vol. 7. 2010. Str. 3775.

⁶²Istraživanje je uključilo područje grada Zagreba

⁶³Usp. Berc, Gordana; Blažeka Kokorić, Slavica. Slobodno vrijeme obitelji kao čimbenik obiteljske kohezivnosti i zadovoljstva obiteljskim životom., str. 19. URL: hrcak.srce.hr/file/145666 (2014-10-01)

samo je potrebno osvijestiti tu mogućnost među muzejskim pedagozima i ostalim stručnim muzejskim osobljem.

2.3.4. Komunikacijska funkcija

Prema Lasswellu komunikacija je proces prenošenja informacije između jednog ili više pošiljatelja (E - *emitters*) te jednog ili više primatelja (R - *receivers*) kroz kanal (C - *channel*). Proces se može odvijati u dva smjera, ovisno o tome je li jednosmjernan ili dvosmjernan (interaktivan). U jednosmjernom, komunikacija počinje od pošiljatelja kroz postojeći komunikacijski kanal do primatelja i grafički se prikazuje na ovaj način $E \rightarrow C \rightarrow R$, dok kod dvosmjernog aktivno sudjeluje i primatelj $E \leftrightarrow C \leftrightarrow R$. U muzejskom se kontekstu komunikacija odnosi na prezentaciju rezultata istraživanja (izložbe, katalozi, članci i konferencije) te uključuje skup informacija o muzejskom predmetu (stalni postavi i informacije vezane uz njega). Gledajući iz perspektive ICOM- ove definicije muzeja, komunikacija u muzejskom kontekstu dijeljenje je muzejskih predmeta i informacija o njemu koje su nastale na temelju različitih znanstvenih istraživanja s različitom publikom. Sve do druge polovice 20. stoljeća glavne funkcije muzeja bile su čuvanje kulturne baštine te njegovo izlaganje javnosti u obliku izložbe bez izražavanja namjere za komunikacijom – odašiljanja određene poruke publici. U posljednjem desetljeću 20. stoljeća pitanje muzeja kao medija postalo je jasnije kroz tematske izložbe koje su primarno usmjerene edukaciji posjetitelja⁶⁴.

Postoje različite vrste muzejske komunikacije, a prema Stranskom to su prezentativna, komunikacija edicije i opća komunikacija, te se svaka od tih komunikacija odnosi konkretno na muzealije i njihovu znanstvenu interpretaciju. Prezentativna komunikacija je oblik komunikacije koji je specifičan za baštinske ustanove, te je jedan od najčešćih oblika komunikacije uopće. Ona je posebna vrsta vizualne komunikacije koja se služi autentičnim predmetima kao izvorima informacija. Predmete izlažemo zbog njihove muzealnosti, tj. poruke koju prenosimo njima, a ne samo zbog njih samih. Stranski napominje kako je važno naći način kako bismo posredstvom konkretnog mogli izraziti apstraktno, to jest kako bismo se pojavom usmjerili prema srži stvari⁶⁵. Komunikacija edicije za razliku od prezentativne komunikacije vremenski je i prostorno

⁶⁴Usp. Key concepts of museology / edited by Andre Desvallees and Francois Mairesse. Pariz: Armand Colin, 2010. Str. 29. URL: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf (2014-10-01)

⁶⁵Maroević, Ivo. Nav.dj.

Citirano prema: Stransky, Zbynek Zbyslav. Uvod do studia muzeologie. Brno: Masarykova universita, 2000. Str. 140.

ograničena i gotovo neponovljiva, ovaj se oblik komunikacije odnosi na distribuciju informacija koja se obavlja posredstvom publikacija. Takve edicije omogućavaju da se trajanje informacijskih efekata raznih muzeoloških aktivnosti produži i distribuira u prostor. Ovaj oblik podrazumijeva različite medije koji ne moraju biti, a često i nisu dijelom muzeja, kao na primjer katalogi, gramofonske ploče, video i audiokasete, razglednice, naljepnice, hologrami i slično... Opća komunikacija podrazumijeva velik broj oblika komunikacije koji se mogu primijeniti na muzejsku djelatnost općenito. Na primjer predavanja, koncerti u muzejima, snimanje i projekcije filmova u muzejima, organiziranje manifestacija poput Noći muzeja i slično⁶⁶.

Može se zaključiti da je došlo do velikih promjena u načinima muzejske komunikacije, počevši od prezentativne, komunikacije edicija i opće komunikacije, kako su prethodno navedene. Od stalnih postava, do povremenih i tematskih izložbi, preko ostalih vrsta publiciranja među koje je uz knjige, kataloge i druge vrste klasičnih publikacija ušla produkcija CD- a, video vrpce i nepreglednih Internet stranica koja potiče usvajanje novih znanja na nekonvencionalan način. U muzejskom svijetu promjene su se dogodile u smjeru organiziranja velikih tematskih izložbi u kojima se izlažu predmeti iz različitih muzeja omogućavajući nove sustavne spoznaje koje su se prije događale na imaginarnoj razini. Veliki projekti koji se istodobno odvijaju u više zemalja (muzeološka interpretacija karolinške Europe u *Paderbornu*, *Yorku*, *Barceloni*, *Bresci* i *Splitu*)⁶⁷ novi su poticaji promjeni dimenzije muzejske stvarnosti. Nadalje, događa se promjena u primjeni novih tehnologija u muzejskim izložbama gdje je ona postala normalno sredstvo prenošenja poruka i stvaranja vizualne podrške. Svijet računala i oblici interakcije koje ono nudi otvaraju bitno drugačije mogućnosti komunikacije te stvaranje virtualnih muzeja koji postaju moćno sredstvo stvaranja predodžbi o svijetu i njegovoj povijesti pred zaslonom računala. S druge strane, muzeji na otvorenom i eko – muzeji pridonose širenju razumijevanja i uporabe kulturne baštine gdje se interpretacija kulturne i prirodne baštine odvija izvan klasičnih muzejskih zgrada⁶⁸.

⁶⁶Usp. Isto.

⁶⁷Muzej hrvatskih arheoloških spomenika. URL: <http://www.mhas-split.hr/izdanja/Katalogiizlo%C5%BEbi/tabid/82/Default.aspx> (2014-10-01)

⁶⁸Usp. Maroević, Ivo. Upravljanje promjenama: novi teoretski pristupi muzejskoj praksi. // *Informatica museologica* 33, 1/1(2002), str. 75.

3.Mjerenje uspješnosti poslovanja u muzejskom kontekstu

Ovo poglavlje donosi detaljniji prikaz važnosti (kontinuiranog) mjerenja cjelokupnog poslovanja muzeja i njima srodnih ustanova i dokazivanja uspješnosti njihovog poslovanja. Upravo na temelju tih rezultata mjerenja muzeji mogu svojim financijerima dokazivati važnost i vrijednost svog doprinosa za širu društvenu zajednicu. Upravo ovo zadnje temeljni je razlog osnutka i postojanja svih baštinskih ustanova poput arhiva, knjižnica i muzeja, a može biti i jedan od presudnih razloga njihova opstanka u društvima koja funkcioniraju u uvjetima teške ekonomske recesije, kao što je situacija s Hrvatskom.

3.1. Razlozi i područja mjerenja uspješnosti poslovanja u muzejskom kontekstu

Način na koji će se dokazati vrijednost ustanove za zajednicu u kojoj djeluje kao i razina kvalitete ponuđene usluge te opravdati raspoloživa sredstva na najbolji mogući način moguće je postići samo kroz vrednovanje poslovanja ustanove za što je potrebno osigurati postupke prikupljanja i obrade statističkih podataka te mjerenje uspješnosti poslovanja pomoću sustava pokazatelja uspješnosti⁶⁹.

Općenito, vrednovanje je definirano kao određivanje vrijednosti, a primijenjeno u muzejskom upravljanju, to bi značilo vrednovanje značajnih vidova poslovanja muzeja. U normi ISO 11620:2008, vrednovanje je definirano kao postupak utvrđivanja uspješnosti, učinkovitosti, korisnosti i značajnosti neke usluge ili ustanove⁷⁰.

Mjerenje uspješnosti poslovanja važna je zadaća muzejskog menadžmenta koji nadzire uspješnost muzeja vodeći se njegovim poslanjem i unaprijed postavljenim ciljevima i zadaćama. Upravo mjerenje uspješnosti poslovanja kroz dobro odabrane pokazatelje uspješnosti pomaže menadžerima ili upravi pri saznanju koliko je muzej uspješan u ispunjavanju svojih ciljeva te komuniciranju rezultata javnosti i financijerima. Potrebno je opravdati korištenje muzejskih sredstava, odnosila se ona na osoblje, muzejske predmete, opremu, muzejsku zgradu, financije ili vrijeme osoblja⁷¹.

⁶⁹Usp. Anderson, Maxwell. Metrics of success in art museums., str 5. URL: <http://www.cgu.edu/pdf/files/gli/metrics.pdf> (2014-10-04)

⁷⁰ Usp. Information and documentation – library performance indicators (ISO 11620). 2nd ed. Geneva : ISO, 2008., str.3.

⁷¹Usp. Ambrose, Timothy; Paine, Crispin. Museum basics. New York: Routledge, 2006. Str. 250.

Uspješnost poslovanja može se odnositi na sam muzej kao organizaciju, na muzejsko osoblje ili na financijsku uspješnost muzeja. Uspješnost može biti mjerena kvalitativnim ili kvantitativnim čimbenicima. Tradicionalno se iskazivala statističkim podacima tj. kvantitativnim čimbenicima koje je bilo jednostavno mjeriti i prikazati. Danas kad govorimo o uspješnosti poslovanja, ne mislimo samo na kvantitativne pokazatelje, već pokušavamo analizirati sve pokazatelje uspješnosti. Kvalitativno mjerenje uspješnosti može se primijeniti prilikom procjene kvalitete zaštite i pohrane arheološke zbirke, dok kvantitativno mjerenje primjenjujemo kada mjerimo broj muzejskih predmeta koji su restaurirani u jednom mjesecu ili jednoj godini⁷².

Znanstvenici koji se bave ovom problematikom slažu se da još ne postoji samo jedan pokazatelj za sve aspekte uspješnosti poslovanja. Danas pri odabiru pokazatelja uspješnosti treba uvažiti njihovu informativnost, pouzdanost, valjanost, preciznost, praktičnost i usporedivost⁷³. Muzeji trebaju odrediti određeni broj pokazatelja uspješnosti koji se odnose na odabrana područja njegovog djelovanja koja će biti vrednovana. Pokazatelji uspješnosti razlikuju se od muzeja do muzeja, ovisno o prioritetima i ciljevima muzeja. Odabrani pokazatelji moraju biti u skladu s vremenom muzejskog osoblja koje će biti zaduženo za njihovo praćenje. Mjerenje uspješnosti poslovanja mora biti usmjereno na tri glavna područja muzejskog djelovanja – upravljanje muzejskim zbirkama, odjel koji je zadužen za odnos s korisnicima te muzejski menadžment. Svako područje može biti podijeljeno na manje dijelove kako bi se dobio precizniji uvid u stanje. Na primjer, upravljanje zbirkama moguće je podijeliti na nabavu, restauraciju, konzervaciju, depo – muzejsko spremište, znanstveno istraživanje, dokumentaciju ili sigurnost zbirke. Dok odabrani pokazatelji uspješnosti za upravljanje zbirkama mogu biti broj dokumentiranih muzejskih predmeta, postotak dokumentiranja zbirke, trošak dokumentiranja po muzejskom predmetu te postotak dostupnih zapisa javnosti⁷⁴. Prema Evansu, upotreba neodgovarajućih pokazatelja uspješnosti može rezultirati manipulacijom dobivenih podataka, dok se fokus osoblja može usmjeriti na održavanje (krivo) odabranih pokazatelja uspješnosti te istovremeno zanemariti važnost održavanja kvalitete usluga muzeja koje nisu vrednovane. Vrlo je važno odabrati pokazatelje uspješnosti poslovanja koji će reflektirati stvarnu sliku muzeja i time povećati učinkovitost njegovog poslovanja⁷⁵.

Mjerenjem i analiziranjem uspješnosti poslovanja muzeja u skladu s njegovim ciljevima i zadaćama na sistematičan način, menadžment i muzejsko osoblje mogu pratiti nastale promjene

⁷²Usp. Isto., str. 51.

⁷³Ambrožič, Melita. Nav.dj., str. 117.

⁷⁴Usp. Ambrose, Timothy; Paine, Crispin. Nav.dj. Str. 252.

⁷⁵Usp. Evans, Graeme. Measures for measure: evaluating performance and the art organization. // Studies in Cultures, Organizations and Societies 6, 2(2000), str. 252

te uvidjeti dobre i loše strane muzejskog upravljanja i muzejskog djelovanja općenito. Važno je u potpunosti shvatiti probleme s kojima se danas suočavaju muzeji⁷⁶. Muzeji su pozicionirani na tržištu samo da bi se odmah ustanovilo kako je to tržište okruženje koja se naglo mijenja i postaje sve zahtjevnija. Moraju sve više i više preuzimati inicijativu, ne samo pasivno odgovarati na događaje, već aktivno nastojati da ih sami stvaraju. Suvremena koncentracija na upravljanje mogla bi pomoći muzejima da bolje shvate zašto postoje, koje ciljeve nastoje postići i na koji ih način mogu najučinkovitije ostvariti. Dok će većina muzeja uvijek ostati do neke mjere ovisna o javnom financiranju, prenošenje težišta na povećanje uspješnosti i odgovornosti za korištenje javnih sredstava uz učinkovitiju upravljačku politiku usmjerit će muzeje pozitivnim kretanjima. Vrednovanje uspješnosti poslovanja omogućit će bolju prezentaciju osnivačima i drugim financijerima, te uz prikaz učinka koji muzej ima na lokalnu i širu zajednicu prikazat će se još šira slika i važnost koju muzej ima u svojoj zajednici, o čemu će biti više u poglavlju koje slijedi.

3.2. Muzejske vrijednosti i mjerenje učinka muzeja

Uzimajući u obzir da su muzeji neprofitne institucije i da ne postoje jednaki uvjeti prikazivanja njihove vrijednosti kao kod profitnih institucija koje prodaju svoje proizvode, pitanje vrednovanja učinka muzeja puno je kompleksnije prirode. Njihova vrijednost ne može biti mjerena samo pomoću financijskih aspekata, iako muzeji i ostale kulturne ustanove imaju mjerljivu ekonomsku vrijednost kroz prodaju ulaznica, publikacija, suvenira ili ukoliko postoji zarade od kafića ili restorana unutar muzeja. S druge strane, njezinu umjetničku, nematerijalnu vrijednost puno je teže prikazati, kao i učinak koji ima na lokalnu zajednicu. Procjena unutarnje vrijednosti umjetnosti i kulture dolazi od strane stručnjaka, umjetnika ili kritičara umjetnosti. U današnjem muzeju, kada govorimo o mjerenju učinka potrebno je uskladiti materijalnu i nematerijalnu vrijednost te u skladu s tim odabrati prikladne pokazatelje uspješnosti⁷⁷.

Vrednovanje učinka donosi tzv. rezultate višeg stupnja (*higher order effects*), odnosno rezultate koji su dugoročniji i koji utječu na kvalitetu života, promjenu stavova, učenja i rada te predstavljaju najvažnije učinke, ali i najteže za mjeriti⁷⁸. Prema Boolou učinak predstavlja

⁷⁶Usp. Anderson, Maxwell. Nav.dj., str 10.

⁷⁷Usp. Throsby, Devon. Assessing the impacts of a cultural industry. // The Journal of Arts Management, Law and Society 34, 3(2004), str. 198.

⁷⁸Usp. Lane, Gina. Developing outcome-based indicators : resource's learning and access standards. // Performance measurement in libraries and information services: meaningful measures for emerging realities: the forth Northumbria international conference / edited by Joan Stein, Martha Kyrillidou and Denise Davis. Washington: Associations of research libraries, 2002. Str. 139. URL: http://www.libqual.org/documents/admin/4np_secure.pdf(2014-07-06)

dinamičan pojam koji podrazumijeva odnos uzorka i posljedica mjerljivih u kratkom (jednostavnije za dokazati) ili dužem (teže dokazati) vremenskom razdoblju⁷⁹. Učinak, gledajući iz kuta vrednovanja, definiran je kao pozitivan ili negativan, primarni ili sekundarni, direktni ili indirektni dugotrajni utjecaj, to jest rezultat nekog djelovanja. Definiran iz gledišta menadžmenta, učinak je definiran kao vidljiva i mjerljiva razlika koja je nastala djelovanjem jednog entiteta na drugi⁸⁰. Gledajući iz perspektive muzeja, učinci odražavaju nastalu promjenu kod muzejskih posjetitelja kao rezultat direktnog kontakta s muzejom, muzejskom građom, njegovim uslugama ili programima. Učinci muzeja dijele se na ekonomske, društvene, kulturne, edukacijske, učinke koje muzej ima na okoliš i druge.⁸¹

Procjena učinka pristup je koji u središte stavlja korisnika te usluge i programe koji zadovoljavaju korisnikove potrebe i čijim se korištenjem postiže promjena kod korisnika. Ovakav pristup potiče razmišljanje o korisnosti dostupnih usluga te dodatnog sadržaja koji muzej nudi i izravno pokazuje osoblju utjecaj njihovog rada na korisnika te naglašava svrhu i ciljeve poslovanja. Također, može biti od velike pomoći pri prikupljanju sredstava za uvođenje novog sadržaja, jasno naglasiti koje su uspješne usluge i programi te demonstrirati doprinos muzeja prilikom rješavanja problema u lokalnoj zajednici⁸².

Kada govorimo o učinku muzeja na njegovu lokalnu zajednicu potrebno je definirati njegov društveni i ekonomski učinak. Društveni učinak odnosi se na utjecaj koji muzej ima na osobni i društveni razvoj pojedinca, to jest na kontinuirani utjecaj koji muzej ima na svoju zajednicu, na primjer poticanje cjeloživotnog učenja, povećanje samopouzdanja, poboljšanje zdravstvenog stanja, sposobnost izražavanja emocija, razumijevanje i tolerancije za druge, razvoj identiteta i pripadnosti zajednici te osjećaj ponosa kod pojedinca. Ekonomski se učinak odnosi na ekonomske faktore poput povećanja zaposlenosti u zajednici (kroz direktno zapošljavanje u muzeju) ili indirektno povećanje kroz razvoj kulturnog turizma, ekonomski rast i razvoj zajednice te posjetiteljev trošak hrane, smještaja, raznih usluga i maloprodaje⁸³.

⁷⁹Usp. Bollo, Alessandro. Report 3: measuring museum impacts / edited by Ann Nicholls, Manuela Pereira and Margherita Sani. The learning museum network project, 2013. Str. 10. URL: <http://www.lemproject.eu/WORKING-GROUPS/audience-research-learning-styles-and-visitor-relation-management/3rd-report-measuring-museum-impacts> (2014-10-06)

⁸⁰Usp. Garbarino, Sabine; Holland, Jeremy. Quantitative and qualitative methods in impact evaluation and measuring results., str. 6. URL: <http://www.gsdr.org/docs/open/EIRS4.pdf> (2014-10-06)

⁸¹Usp. Bollo, Alessandro. Nav.dj. Str. 11.

⁸²Usp. Joyce, Rhea Rubin. So what? Using outcome – based evaluation to assess the impact of library service., str 5. URL: mbic.state.ma.us/grants/ista/.../rubinobemanual.doc(2014-07-09)

⁸³Usp. Branding the arts: best practice models of economic and social impact in public art museums., str. 3. URL: <https://mbs.edu/facultyresearch/apsilc/Documents/Branding%20the%20Public%20Art%20Museum%20Sector%20FINAL.pdf>(2014-10-04)

Potrebno je sagledati i učinak koji muzej svojim djelovanjem ima na pojedinca, tj. posjetitelja. Hooper, Greenhill i Dodd u svojoj studiji procjene učinka muzeja i galerija na posjetitelje zaključili su da prilikom posjeta dolazi do osvještavanja o samom postojanju muzeja i galerija, poticanju ideja o potencijalu muzeja kao predstavnika različitih kultura te povećanje kulturne svjesnosti kao i pripadnosti određenoj zajednici i kulturi. U muzejima posjetitelji dolaze do novih informacija unutar društvenog konteksta, razvijaju nove vještine poput promatranja, usporedbe, identificiranja, klasificiranja, testiranja i slično⁸⁴. Ranije provedene studije⁸⁵ pokazale kako je mogućnost učenja i saznavanje nečeg novog jedna od glavnih motivacija za posjet muzeju. Također, pokazano je kako posjetitelji ne gledaju učenje i zabavu kao dva međusobno isključiva pojma, već da na zabavu gledaju kao na motivaciju za učenje.

Istraživački projekt koji je usmjeren na mjerenje učinka muzeja na lokalnu zajednicu i prepoznavanje potreba zajednice „*Investigating the impact of small museums in their local communities*“ pokrenut je od strane australskog Arts New South Wales muzeja i galerije New South Wales te Tehnološkog sveučilišta u Sydneyju. Cilj je bio razviti metodologiju koja bi omogućila procjenu te raspon učinka muzeja na lokalnu zajednicu i kroz navedeno identificirati tipove programa i procesa koji vode pozitivnom učinku muzeja. Korišteni su kvalitativni i kvantitativni pokazatelji, kvalitativni su usmjereni na identificiranje društvenog i kulturnog doprinosa koji muzej pruža posjetiteljima, osoblju, volonterima i financijerima. Kvantitativni pokazatelji usmjereni su na ispitivanje 294 lokalna stanovnika te njihova vjerovanja i ponašanja prilikom korištenja muzeja, sudjelovanja u programima te spremnosti da dodatno plate i time potaknu nove programe i muzejske sadržaje. Rezultati su pokazali kako postoji individualni društveni doprinos koji se očituje kroz povećanje kvalitete života u zajednici, kao i povećanje interakcija te stvaranje kontakta kako s lokalnom, tako i sa širom zajednicom. Također, muzeji pomažu pri stvaranju osjećaja pripadnosti u zajednici i jačaju osjećaj ponosa za tradiciju i običaje te uključuju stanovnike u lokalne projekte⁸⁶.

⁸⁴Usp. Greenhill, Eilean Hooper; Moussouri, Theano. Researching learning in museums and galleries 1990-1999: a bibliographic review. URL: <http://www.centresforcuriosity.org.uk/digest/htm> (2014-07-09)

⁸⁵Moussouri, Theano. A context for the development of learning outcomes in museums, libraries and archives. Leicester: Research centre for museums and galleries, 2002. ; Falk, John. Identity and museum visitor experience. Walnut creek: Left coast press, 2009.; Ellenbogen, Kirsten; Luke, Jessica; Dierking, Lynn. Family learning research in museums: an emerging disciplinary matrix?, str. 1-11. Hoboken: Wiley, 2000. URL: <http://islandwood.us/eec/files/clancyw/Elementary%20Science%20Methods/zoos-aquaria/Family%20Learning%20Research%20in%20Museums%20An%20emerging%20Disciplinary%20Matrix.pdf> (2014-10-07)

⁸⁶Usp. Kelly, Linda. Measuring the impact of museums on their communities: the role of the 21st century museum. // INTERCOM conference paper: new roles and missions for museums, Taipei, 2. - 4. November 2006., str. 5. URL: <http://www.intercom.museum/documents/1-2Kelly.pdf> (2014-07-14)

U svom članku „*Measuring the impact of museums on their communities: the role of the 21st century museum*“ Kelly naglašava kako su muzeji, njihovo poslanje, društvena odgovornost i uključenost u konstantnom procesu prilagodbe društvenim i ekonomskim zahtjevima na lokalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini. Muzeji moraju pronaći način kako ostati relevantni i osjetljivi na problematiku koja je aktualna kako u lokalnoj, tako i u široj zajednici (prava manjina, održivost, nezaposlenost i sl.). Također, kako bi dobili financijsku potporu te nove ulagače potrebno je vrednovati i prikazati utjecaj muzeja i njegovih programa na lokalnu zajednicu. Identificirajući društveni učinak muzeja jedan je od načina kako maknuti fokus s ekonomskih pokazatelja na šire razumijevanje načina na koji umjetnost i kultura doprinose razvoju lokalne zajednice. Utjecaj koji muzej ima ovisi o njegovoj prisutnosti u zajednici – njegovim programima, aktivnostima i sadržajem kojem privlači posjetitelje. Stone smatra da je teško prikazati direktnu vezu između muzeja i učinka koji on ima na lokalnu zajednicu te predlaže da se mjerenje ne usmjeri na sam učinak koji je pokrenut od strane muzeja, već na njegov doprinos⁸⁷.

U većini muzeja u Republici Hrvatskoj ne provodi se sustavno vrednovanje njihovog rada. Većina muzeja radi statističke analize, mjeri kvantitativne pokazatelje koji sami za sebe o uspješnosti ne govore mnogo. Potrebno je uložiti puno napora kako bi se postiglo dugoročno, strateško planiranje koje bi rezultiralo uspješnim poslovanjem ustanove. S obzirom na svjetske trendove i muzeji u Hrvatskoj morat će slijediti pozitivnu praksu razvijenih muzeja.

Sljedeće poglavlje obrađuje jedan segment ekonomskog učinka muzeja na društvo, a to je kulturni turizam.

⁸⁷Usp. Kelly, Linda. Nav.dj., str. 2.

4. Muzeji i kulturni turizam

U najširem značenju kulturni se turizam odnosi na sve oblike putovanja izvan mjesta stalnog boravka, motivirane potpuno ili samo djelomice zanimanjem za povijesnu, umjetničku, znanstvenu, tradicijsku ili suvremenu baštinu neke zajednice, regije, grupe ili ustanove, pri čemu posjetitelji dobivaju uvid u novi i drukčiji način materijalnog i duhovnog življenja⁸⁸. Upravo to novo iskustvo razlog je uspjeha te vrste turizma. Kulturni turizam bavi se cijelim rasponom ljudskoga stvaralaštva, običajima, nasljeđem i kulturnim aktivnostima.

U Strategiji razvoja kulturnog turizma RH definira kulturni turizam kao turizam specijalnih interesa koji se odnosi na posjete osoba izvan njihovog stalnog mjesta boravka s ciljem upoznavanja povijesti, umjetnosti, nasljeđa ili stila života područja⁸⁹. Unutar pojma kulturnoga turizma muzejima pripada posebno mjesto zahvaljujući njihovu statusu medijatora kulture - muzeji svojim zbirkama privlače posjetitelje. Održivi kulturni turizam pritom podrazumijeva obziran odnos prema kulturnoj baštini zajednice, njezino puno uvažavanje i očuvanje od strane turista, kao i od strane turističke industrije kao korisnika⁹⁰. Demonja definira kulturni turizam kao jedan od odabranih oblika turističkog kretanja koji je motiviran kulturnim i umjetničkim resursima, kao i vrijednostima te sadržajima. On je važan generator održivog razvoja jer omogućuje da mjesta koja nisu isključivo turistička uz osmišljene razvojne strategije, koje se temelje na lokalnim kulturno – umjetničkim potencijalima, postanu zanimljiva turistima, ali i lokalnom stanovništvu⁹¹. Od turizma kultura dobiva dodatni izvor prihoda, proširuju se tržišta, stvaraju se novi segmenti posjetitelja, potiče se profesionalno upravljanje i marketing kulturnim dobrima, stvara se bolja kontrola nad korištenjem kulturnih potencijala i među lokalnim stanovništvom stvara se bolji imidž kulture⁹².

⁸⁸Tomljenović, Renata et al. Strategija razvoja kulturnog turizma Vlade RH i Ministarstva turizma: od turizma i kulture do kulturnog turizma. Zagreb: Institut za turizam, 2003., str. 14. URL: <http://web.efzg.hr/dok/TUR/Strategija%20Razvoja%20Kulturnog%20Turizma.pdf> (2014-06-20)

⁸⁹Tomljenović, Renata et al. Nav.dj, str. 15.

⁹⁰Usp.Sustainable cultural tourism. Declaration of the International Council of Museums (ICOM) and the World Federation of Friends of Museums (WFFM) for worldwide Sustainable Cultural Tourism. URL: http://archives.icom.museum/declaration_tourism_eng.html (2014-06-20)

⁹¹Demonja, Damir. Kulturni turizam: hrvatska iskustva. // Antropologija 11, 1 (2011), str 1 - 25. URL: <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/f384947fde3141749626c98490b3475a.pdf> (2014-09-08)
Citirano prema: Usp. Đukić, Vesna Dojčinović. Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije. Beograd: Clio, 2005. Str. 15.

⁹²Demonja, Damir. Kulturni turizam: hrvatska iskustva. // Antropologija 11, 1 (2011), str. 11. URL: <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/f384947fde3141749626c98490b3475a.pdf> (2014-09-08)

Hrvatska je bogata kulturno – turističkim resursima, ali njihova brojnost ne znači razvijenost kulturnog turizma. Posjeduje brojne urbane i ruralne povijesne cjeline, UNESCO lokalitete, bogatstvo nematerijalnih kulturnih dobara, niz kulturnih ustanova (muzeji, knjižnice, arhivi, kazališta, kina i druge), no da bi se razvio kulturni turizam svi ti potencijali moraju se aktivirati i učiniti atraktivnim za turiste, ali i za lokalno stanovništvo. Ukoliko se oni sačuvaju za buduće generacije, onda je riječ o održivom kulturnom turizmu⁹³.

Identificirano je više problema koji se javljaju u kulturnom turizmu u Hrvatskoj poput nedovoljno razvijenog sustava kulturnih statistika, nedovoljna znanja koordinatora projekta o kulturnom menadžmentu, nepostojanje prepoznatljivog kulturno – turističkog proizvoda, površno znanje lokalnog stanovništva o vlastitoj baštini, nedovoljna ili loše organizirana promidžba, nedovoljna suradnja između sektora kultura i turizma i drugi⁹⁴. Strateškim planom razvoja kulturnog turizma, osnivanjem Ureda za kulturni turizam i aktivnostima Ureda i Ministarstva turizma RH na nacionalnoj razini, kulturni turizam određen je kao jedan od prioriteta hrvatskog turizma gdje se planski i konkretno pokušavaju riješiti navedeni problemi i osmisliti turistički imidž gradova i manjih mjesta s ciljem sprečavanja propadanja kulturne baštine⁹⁵.

Tradicija hrvatskih muzeja obogaćena je posljednjih godina nizom adaptiranih, novoosnovanih i novoizgrađenih muzeja: Muzej krapinskih neandertalca⁹⁶, Muzej antičkog stakla u Zadru⁹⁷ ili Arheološki muzej Naroni⁹⁸ u Vidu. Razvoj muzeja rezultirao je povećanjem broja zaposlenih u muzejima, uvođenje novih tehnologija, izložbenih projekata i uvođenjem novih programa poput Noći muzeja. Cilj bilo koje kulturne institucije pa tako i muzeja jest povećanje posjeta, želja da muzej postane mjesto susreta, okupljanja i druženja. Mnogi čimbenici potencijalno utječu na odluku posjetiti muzej ili ne, poput preporuke prijatelja ili obitelji, prošla ugodna iskustva, osobni interesi i vrijednosti. U izboru aktivnosti za slobodno vrijeme odluka o posjetu muzeju ovisit će o tome vjeruje li potencijalni posjetitelj da će muzej ispuniti njegove potrebe ili želje⁹⁹.

Muzeji u Velikoj Britaniji imaju veliku ulogu u privlačenju posjetitelja i stvaranju britanskoga brenda te se svrstavaju među najposjećenije muzeje u svijetu. Statistike pokazuju

⁹³Demonja, Damir. Nav.dj.

Citirano prema: Usp. Đukić, Vesna Dojčinović. Nav.dj., str. 16.

⁹⁴Usp. Demonja, Damir. Nav.dj., str.21.

⁹⁵Usp. Isto.

⁹⁶Muzej krapinskih enandertalaca. URL: <http://www.mkn.mhz.hr/> (2014-09-04)

⁹⁷Muzej antičkog stakla u Zadru. URL: <http://www.mas-zadar.hr/> (2014-09-04)

⁹⁸Arheološki muzej Naroni. URL: <http://www.a-m-naroni.hr/> (2014-09-04)

⁹⁹Usp. Muzeji i turizam: djelovanje muzeja kao dionika kulturnog turizma: priručnik., str. 10. URL: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/muzeji-t-1.pdf> (2014-06-20)

moć muzeja u privlačenju posjetitelja s obzirom da su svrstani u deset glavnih atrakcija koje posjetitelje zanimaju i koje posjećuju u Velikoj Britaniji¹⁰⁰.

Kako bi se što bolje prezentirali potencijalnim posjetiteljima važno je dokazati vrijednost muzeja, kao i potvrditi kvalitetu ponuđene usluge kroz pravilno vrednovanje poslovanja, te ponuđenih programa i usluga neke ustanove.

4.1. Muzejske manifestacije koje promiču kulturni turizam

Jedan od bitnih načina promicanja svijesti o kulturnoj baštini koja je sadržana u muzejima je svakako Međunarodni dan muzeja. Obilježavanje Međunarodnog dana muzeja, (18. svibnja), pokrenuo je 1977. godine Međunarodni savjet za muzeje. Međunarodni dan muzeja obilježava se već 37 godina radi podizanja svijesti javnosti o važnosti uloge muzeja u razvoju društva. Događanja vezana uz Međunarodni dan muzeja traju danima, a nekad čak i cijeli mjesec.¹⁰¹

Svake godine svojim članovima (muzejima i stručnjacima koji rade u muzejima) ICOM preporuča temu vezanu za aktualne trendove i zbivanja u muzejskoj zajednici. Tom prilikom muzeji diljem svijeta skreću pozornost široj javnosti na kulturnu baštinu i ulogu muzeja u njenom očuvanju.¹⁰²

Primjerice, 2009. godine tema ove manifestacije bila je *održivi kulturni turizam*. Kroz održivi kulturni turizam želi se postići osvješćivanje turista koji posjećuju razna kulturna mjesta poput muzeja, arheoloških iskopina i slično te na taj način postići prepoznavanje muzeja kao važnog dionika kulturnog turizma. U suradnji sa Svjetskom federacijom prijatelja muzeja nastojati će se potaknuti turiste na razmišljanje o onome što je pred njima izloženo.¹⁰³

Važno je osvrnuti se na činjenicu kako masovni turizam uzima sve više maha tako da će ova inicijativa uvelike koristiti postizanju vrlo važnoga cilja koji je otvaranje svijesti da predmet u muzeju nije tek predmet već da on ima svoju povijest.

Pored Međunarodnog dana muzeja važno je spomenuti i Noć muzeja. Noć muzeja u Hrvatskoj pokrenuta je u prosincu 2005. godine kao gradski pilot projekt sa šest zagrebačkih muzeja i cilj ove manifestacije je približiti muzej svim ljudima, privući ih zanimljivim

¹⁰⁰Usp. Isto., str 4.

¹⁰¹Usp. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/muzeji-u-hrvatskoj/medunarodni-dan-muzeja-u-hrvatskoj/> (2014-09-05)

¹⁰²Usp. Međunarodni dan muzeja. URL: <http://www.mdc.hr/main.aspx?id=77> (2014-06-18)

¹⁰³Usp. Sustainable Cultural Tourism. URL: http://icom.museum/declaration_tourism_eng.html (2014-06-18)

programima i besplatnim ulazom. Na taj način muzeji izvršavaju svoju komunikacijsku funkciju i djeluju kao komunikacijski medij¹⁰⁴.

Brojne europske države imaju svoje manifestacije kada muzeji uz druge kulturne institucije otvaraju besplatno vrata svojih izložbi, stalnih postava i radionica do dugo u noć, a gradovi se pretvaraju u besplatnu pozornicu za kulturne događaje¹⁰⁵.

Najstarija manifestacija takvog tipa održava se u Njemačkoj pod imenom Duga noć muzeja (*Lange Nacht der Museen*) koju je započela 1981. godine u Berlinu te ubrzo nakon toga u Kölnu, Frankfurtu, Stuttgartu, Düsseldorfu, Münchenu, Hamburgu, no u različitim terminima. Slična ideja o kulturnom festivalu (*Nuit Blanche*) koji se održavao od 18 sati do 06 sati ujutro kroz šest godina u šest gradova pokrenuta je u Francuskoj u Nantesu 1989. godine. Od strane francuskog ministarstva kulture i komunikacija 2005. godine krenula je inicijativa da se njihova nacionalna manifestacija podigne na međunarodnu razinu. Manifestacija je nazvana Europska noć muzeja¹⁰⁶. Podrška je došla i od strane ICOM- a, Vijeća Europe i UNESCO¹⁰⁷ - a te se odvijala kao jednokratna manifestacija u subotu prije ili poslije Međunarodnog dana muzeja 18. svibnja. Brojne europske države odazvale su se i odlučile podržati ovu ideju - Italija (od 2009. *La Notte dei Musei*), Španjolska, Velika Britanija (*Museums at Night*), Poljska (od 2003. *Noc Muzeów*), Češka (od 2004. *Muzejní Noc*), Slovačka (od 2006.), Rusija (od 2007.), Bugarska (od 2005.), Rumunjska (od 2005. *Noaptea muzeelor*), Srbija (od 2004.), Makedonija i druge¹⁰⁸.

Ostale europske države provode manifestaciju ovakvog tipa neovisno o Međunarodnom danu muzeja u različitim terminima tijekom godine. Irci noć muzeja obilježavaju krajem rujna, Austrijanci početkom listopada, a Slovenci i Mađari krajem lipnja. U Nizozemskoj se manifestacija proširila iz amsterdamskih muzeja na ostale nizozemske gradove, ali s različitim terminima održavanja¹⁰⁹.

Skandinavske su zemlje pokrenule manifestaciju Noć kulturne umjetnosti i uključili sve kulturne institucije, ne samo muzeje. U Danskoj se noć kulture odvija sredinom listopada, u Finskoj i Švedskoj u kolovozu¹¹⁰.

¹⁰⁴Usp. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (2014-09-05)

¹⁰⁵Usp. Kočevar, Sandra; Škrčić, Antonija. Noć muzeja kao primjer vrednovanja kulturne baštine?. // Zbornik Veleučilišta u Karlovcu / Branko Wasserbauer. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu, 2012., str. 95.

¹⁰⁶Usp. European Night of Museums. URL: www.network.icom.museum/imd2012/imd-2012/european-night-of-museums.html (2014-06-18)

¹⁰⁷UNESCO - United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

¹⁰⁸Usp. Kočevar, Sanda. Škrčić, Antonija. Nav.dj., str. 95-96.

¹⁰⁹Usp. Isto., str. 97.

¹¹⁰Isto.

U Hrvatskoj su se već prve godine održavanja priključili pojedini muzeji i galerije s područja Istre, Varaždina, Čakovca, Trakošćana, Siska, Osijeka, Vinkovaca, Pazina, Zagreba¹¹¹. Noć muzeja ima veliku ulogu u promicanju kulturnog turizma. ICOM uvelike podržava tu inicijativu i pozdravlja je kao nešto što će povezati različite kulture i podići svijest o kulturnoj baštini na višu razinu. Noć muzeja potiče institucije da osmisle i kreiraju razne dodatne sadržaje koji će privući posjetitelje. Veliki odaziv muzeja i posjetitelja odjeknuo je diljem svijeta kao nešto zabavno i zanimljivo. Mnoga hrvatska mjesta i gradovi prepoznali su svoje muzeje kao mjesta u koja mogu otići sa svojim obiteljima i prijateljima te uživati u dobrim projektima. Prepoznatljivost muzeja unutar lokalne zajednice kroz ovu manifestaciju rezultiralo je činjenicom da su muzeji postali bitni čimbenici kulturnog i gospodarskog razvoja pojedinih sredina.

4.2. Noć muzeja u Hrvatskoj u razdoblju od 2007. – 2014. godine

Noć muzeja tradicionalna je manifestacija Hrvatskoga muzejskog društva u kojemu sudjeluju muzeji i galerije iz svih dijelova Hrvatske. Idejne začetnice manifestacije Noć muzeja u Hrvatskoj, autorice koncepcije programa i voditeljice projekta su Vesna Jurić Bulatović i Dubravka Osrečki Jakelić, koje u prosincu 2005. godine pokreću akciju kao gradski projekt sa šest zagrebačkih muzeja, a 2007.¹¹² godine postala je nacionalni kulturni događaj, iniciran od strane Sekcije kulturnog turizma, Hrvatskog muzejskog društva u suradnji sa Zajednicom kulturnog turizma Hrvatske gospodarske komore i svim zainteresiranim muzejima. Akcija podrazumijeva novi otvoreniji pristup muzejskoj i turističkoj publici, te uključuje posjet izložbenom dijelu muzeja i popratnu seriju događaja u muzejima. Društvo vodi i povezuje muzeje Hrvatske u dva najveća projekta koji potiču promociju i prepoznatljivost muzeja kao baštinskih ustanova – Noć muzeja i Međunarodni dan muzeja. Muzej mora biti *spiritus movens*, onaj koji predstavlja grad, njegovu povijest i ljude, svu njegovu čar. Programi koji se organiziraju moraju bit zanimljivi, privlačni i poučni. Naime, kustos ne radi izložbe za sebe, on se okreće krajnjem korisniku. Isto tako, muzej nije otvoren samo za njegove zaposlenike i zaljubljenike, već za sve zainteresirane. Upravo preko ove manifestacije pruža se mogućnost da

¹¹¹ Isto.

¹¹² Godine 2006. Noć muzeja se trebala održati u prosincu, no zbog organizacijskih problema prebačena je na posljednji petak u mjesecu siječnju, tako da je, zapravo 2007. prva godina održavanja aktivnije Noći muzeja u Hrvatskoj.

mnogi koji možda zbog obveza nisu u mogućnosti obići muzeje danju, naprave to upravo noću. Tim činom posjet muzeju postaje jedna zabavna aktivnost uz svoju edukativnu ulogu¹¹³.

Pozitivnu prepoznatljivost Noći muzeja predstavlja prvenstveno organizacija djelovanja na području cijele Hrvatske, kao i sve veća podrška manifestaciji od strane sponzora. Noć muzeja potaknuo je i pokretanje slične manifestacije u okviru knjižnica. Naime, slijedeći pozitivan primjer muzeja organizirana je i prva Noć knjige 2012. godine u koju su bile uključene brojne knjižnice diljem Hrvatske¹¹⁴.

Ova je manifestacija usmjerena prvenstveno na lokalnu zajednicu s funkcijom stjecanja navike posjeta muzejima, ali i kao promocija vremenski zanimljivijeg, pristupačnijeg i stimulativnijeg oblika ponude muzeja do krajnjeg cilja bolje međusobne povezanosti institucija¹¹⁵.

Noć muzeja održava se posljednjeg petka u siječnju od 18 sati do 1 sat iza ponoći. Ulaz u muzej je besplatan, a muzeji organiziraju i prigodne programe (otvorenja izložbi, koncerte, performanse, promocije, specijalno osmišljena vodstva, besplatno dijeljenje ili prigodnu prodaju muzejskih publikacija i suvenira, posluživanje posjetitelja hranom i pićem, itd.). Do 2014. godine održano je sveukupno devet¹¹⁶ Noći muzeja¹¹⁷.

Od početka organizacije Noći muzeja hrvatski su muzeji pratili broj uključenih institucija te broj posjetitelja, a sve s ciljem spoznaje o učinku i prijemu ove manifestacije među širom populacijom. Tablica 1. donosi podatke o broju uključenih gradova, muzeja te galerija i ostalih kulturnih ustanova i broj posjetitelja od 2005. do 2014. godine.

Gledajući prvu tablicu, može se zaključiti da je ukupan broj uključenih gradova od početka održavanja navedene manifestacije 443 s uključenih 1048 muzeja te galerija i ostalih kulturnih ustanova koje su podržale više od 1.908.000 zainteresiranih posjetitelja.

¹¹³Usp. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (2014-09-05)

¹¹⁴Usp. Noć knjige. URL: <http://nocknjige.hr/> (2014-09-05)

¹¹⁵Usp. Kočevar, Sanda. Škrtić, Antonija. Nav.dj., str. 93.

¹¹⁶Godine 2006. Noć muzeja se trebala održati u prosincu, no zbog organizacijskih problema prebačena je na posljednji petak u mjesecu siječnju, tako da je, zapravo 2007. prva godina održavanja aktivnije Noći muzeja u Hrvatskoj.

¹¹⁷Usp. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (2014-09-05)

Tablica 1. Statistika posjećenosti Noći muzeja od 2005. – 2014. godine : broj uključenih gradova, muzeja te galerija i ostalih kulturnih ustanova i broj posjetitelja¹¹⁸

Godina	Broj gradova		Broj muzeja, galerija i ostalih kulturnih ustanova		Broj posjetitelja	
	Broj	Promjena (%)	Broj	Promjena (%)	Broj	Promjena (%)
2005.	1	-	6	-	10.000	-
2006.*	0	-	0	-	0	-
2007.	8	700	27	350	70.000	600
2008.	20	150	60	120	111.000	58
2009.	31	55	73	21	140.000	26
2010.	43	38	116	58	278.000	98
2011.	60	39	150	29	300.000	7
2012.	80	33	180	20	315.000	5
2013.	100	25	226	25	324.000	2
2014.	100	0	210	-70	360.000	11

*Godine 2006. Noć muzeja se trebala održati u prosincu, no zbog organizacijskih problema prebačena je na posljednji petak u mjesecu siječnju, tako da je, zapravo 2007. prva godina održavanja aktivnije Noći muzeja u Hrvatskoj.

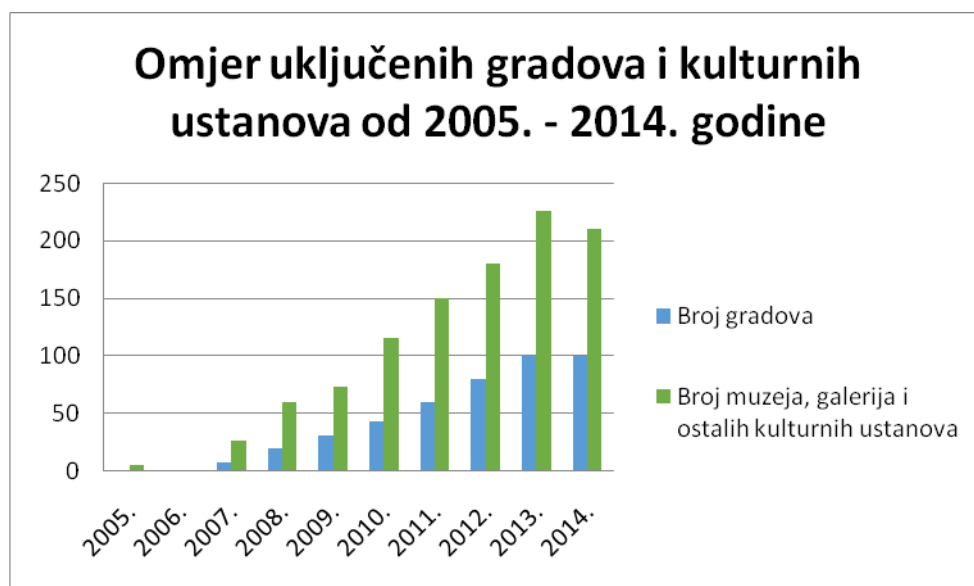
Kao što je već rečeno, u prosincu 2005. godine pokrenuta je prva Noć muzeja u Hrvatskoj kao gradski projekt sa šest zagrebačkih muzeja. U 2006. godini Noć muzeja trebala se održavati u prosincu, no zbog organizacijskih problema prebačena je na posljednji petak u siječnju, tako da je zapravo 2007. godina prva godina održavanja aktivnije Noći muzeja u Hrvatskoj gdje, gledajući tablicu broj 1., može se iščitati povećanje od 700% u odnosu na postotak uključenih gradova u 2005. godini, kao i povećanje od 350% uključenih kulturnih ustanova i 60% povećanja posjetitelja Noći muzeja. Nešto manji postotak, ali i dalje povećanje od 150% uključenih gradova u 2008. godini te rast od 120% kulturnih ustanova koje su posjetile 58% više posjetitelja u odnosu na 2007. Noć muzeja. Pozitivan rast bio je i 2009. godine, postotak gradova koji je podržao manifestaciju povećao se za 55%, postotak uključenih kulturnih ustanova narastao je za 21%, a povećanje posjetitelja u 2009. godini iznosi 26%. Noć muzeja 2010. godine privukla je 38% više uključenih gradova te 58% kulturnih institucija koje su posjetili 98% više zainteresiranih posjetitelja. Šesta po redu Noć muzeja koja se održala 2011. godine bilježi rast od 39% uključenih gradova, 29% kulturnih institucija i 7% više posjetitelja (broj posjetitelja prvi puta dostiže brojku 300.000). Sljedeća godina, 2012., bilježi rast uključenih gradova od 33%, zatim povećanje od 20% više kulturnih ustanova i 5% posjetitelja. Prvi puta, u 2013. godini, broj uključenih gradova dostiže brojku 100 te bilježi povećanje od 25% te 25% više uključenih

¹¹⁸Usp. Isto.

ustanova kao i mali, ali ipak zamjetan pomak od 2% više posjetitelja. Nešto malo drugačija situacija bila je 2014. godine, broj uključenih gradova ostao je isti te postotak povećanja iznosi 0%, dok se broj uključenih kulturnih institucija smanjio i iznosi -70%, dok je jedini rast zabilježen kod postotka posjetitelja i iznosi 11%.

Do 2014. godine povećavao se broj ustanova uključenih u ovu manifestaciju, no te je godine pao za -70%. S obzirom da postoji ograničeni broj muzeja, galerija i kulturnih ustanova u Hrvatskoj, brojke će u nekom trenutku dosegnuti svoj maksimum, ali važno je zadržati kvalitetu Manifestacije. Također, bitno je zadržati interes javnosti i poticati muzeje da i dalje pružaju atraktivne izložbe i programe.

Slika broj 1. prikazuje omjer uključenih gradova i kulturnih ustanova(muzeja, galerija i slično) od 2005. – 2014. godine. Vidljivo je konstantno povećanje broja uključenih gradova i kulturnih institucija do 2013. godine. Kao što je ranije već spomenuto, iznimku predstavlja 2006. godine kada se Noć muzeja trebala održavati u prosincu, no zbog organizacijskih problema prebačena je na posljednji petak u siječnju, tako da je zapravo 2007. godina prva godina održavanja aktivnije Noći muzeja u Hrvatskoj. U 2014. godini broj uključenih gradova ostaje jednak kao i 2013. godine¹¹⁹ – sudjelovalo ih je ukupno 100, no broj uključenih ustanova smanjio se za 16, sa 226 na 210 muzeja, galerija i ostalih kulturnih ustanova.

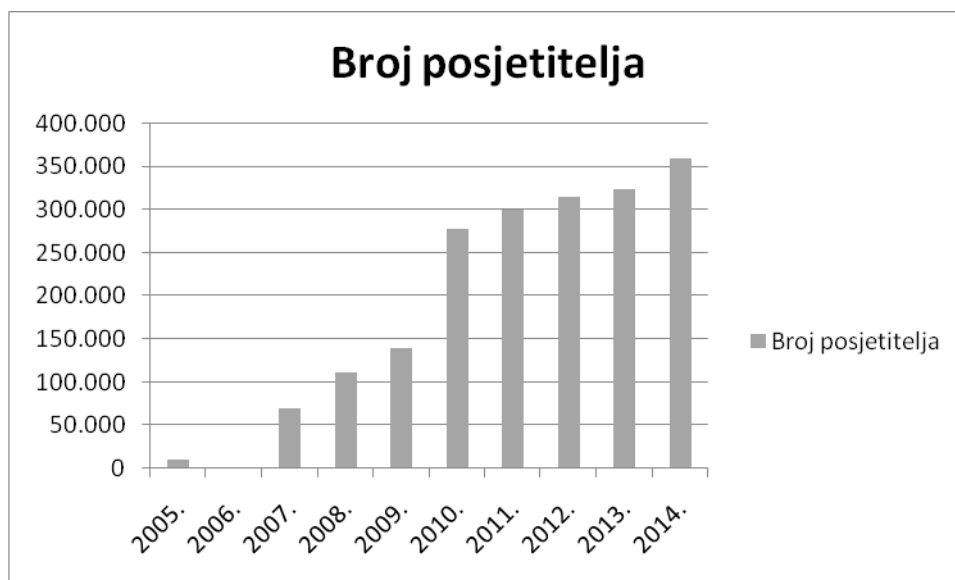


Slika 1. Omjer uključenih gradova i kulturnih ustanova od 2005. – 2014. godine¹²⁰

¹¹⁹Broj uključenih gradova u nekom trenutku će dosegnuti svoj maksimum, ali važno je zadržati kvalitetu Manifestacije. Također, bitno je zadržati interes javnosti i poticati muzeje da i dalje pružaju atraktivne izložbe i programe.

¹²⁰Usp. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> (2014-09-07)

Slika broj 2 prikazuje broj posjetitelja muzeja te galerija i ostalih kulturnih ustanova od 2005. – 2014. godine. Iz slike je vidljivo konstantno povećanje broja posjetitelja koji je 2005. godine brojao 10.000 posjetitelja, 2011. godine dosegao brojku 300.000 te tri godine poslije, 2014. privukao više od 360.000 posjetitelja. Manifestacija Noć muzeja je pokazala da postoji interes za kulturnom ponudom i kvalitetnim kulturnim programima te da hrvatski muzeji imaju zainteresiranu publiku koja je spremna naučiti nešto novo te podržati rad kulturnih ustanova.



Slika 2. Broj posjetitelja muzeja te galerija i ostalih kulturnih ustanova od 2005. – 2014. godine¹²¹

Danas je Noć muzeja manifestacija kojom se nastoji ostvariti jedan od osnovnih strateških ciljeva Hrvatskog muzejskog društva, a to je provođenje aktivnosti na percepciji muzeja kao baštinskih ustanova, ustanova identiteta i muzeja kao nezaobilaznog dionika u održivom razvoju turizma. Aktivnostima u manifestaciji Noći muzeja potiče se na prepoznavanje muzeja kao dinamičnih institucija koje povezuju ljude s globalnim izvorima informacija te idejama i stvaralaštvom za kojim tragaju; na prepoznavanju muzeja kao institucija koje čine bogatstvo ljudskog izraza i kulturnu raznolikost dostupnu svim korisnicima i na svim medijima te na poticanje aktivnosti razvijanja znatiželje kao motiva za posjet muzeju, muzeja kao ustanova znanja, ali i prostora za zabavu i smisleno provođenje slobodnog vremena¹²².

Mnoga hrvatska mjesta i gradovi prepoznali su svoje muzeje kao mjesta u koja mogu otići sa svojim obiteljima i prijateljima te uživati u dobrim projektima. Prepoznatljivost muzeja unutar lokalne zajednice kroz ovu manifestaciju rezultiralo je činjenicom da su muzeji postali bitni

¹²¹Usp. Isto.

¹²²Usp. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://www.hrmud.hr/> (2014-06-08)

čimbenici kulturnog i gospodarskog razvoja pojedinih sredina te da se broj posjetitelja Noći muzeja diljem Hrvatske svake godine povećava.

4.2.1 Noć muzeja u Muzeju Slavonije Osijek

4.2.1.1. Muzej Slavonije Osijek

Muzej Slavonije slovi jednim od najstarijih, a po veličini fundusa i jednim od najznačajnijih muzejskih ustanova u Hrvatskoj. Osnovan je 1877. godine kao Muzej slobodnog i kraljevskog grada Osijeka. Utemeljen na donaciji od preko 2. 000 predmeta izloženih u dvjema vitrinama dvorane za sjednice Gradske vijećnice postao je najveći kompleksni muzej u Republici Hrvatskoj, koji od 1994. godine ima nacionalni status. Muzejska je građa prikupljana gotovo stotinu i trideset godina i broji gotovo pola milijuna predmeta¹²³.

Muzej ima gotovo 400.000 registriranih predmeta raspoređenih u stotinjak zbirki. Također ima i devet odjela, i to: Prirodoslovni, Arheološki, Numizmatički, Povijesni, Odjel umjetničkog obrta, Etnografski, Tehnički, Odjel muzealnih tiskopisa te Hemeroteke. Uz preparatorske radionice i upravno-administrativnu službu djeluju danas na tri lokacije u osječkoj Tvrđi - Trgu Sv. Trojstva 5 i 6, Trgu V. Lisinskog te u Bösendorferovoj ulici 2¹²⁴.

Aktivnost Muzeja ostvaruje se kroz redovitu i programsku djelatnost: prikupljanje, pohranu i obradu baštinske građe te kroz izložbenu i izdavačku djelatnost koja je pridonijela brojnim kvalitetnim izložbenim projektima. Svaku od ovih izložbi prati i kvalitetan stručni katalog, koji uz redovito izlaženje muzejskog glasila, Osječkog zbornika, upotpunjuje izdavačku djelatnost Muzeja Slavonije¹²⁵.

¹²³Usp. Muzej Slavonije Osijek. URL: <http://www.mso.hr/index.php?page=muzej> (2014-06-18)

¹²⁴Usp. Isto.

¹²⁵Usp. Isto.

4.2.1.2. Djelatnost Muzeja Slavonije Osijek

Djelatnost muzeja definirana je zakonskom legislativom vezanom uz muzeje. Muzej radi na sustavnom sabiranju, čuvanju, restauriranju i konzerviranju, prezentaciji te trajnoj zaštiti muzejske građe s područja nadležnosti muzeja¹²⁶.

Osim svoje osnovne funkcije i djelatnosti, Muzej se bavi i izdavačkim djelatnostima. Bogata izdavačka djelatnost Muzeja Slavonije veže se, ponajviše, uz kataloge izložbi. Uz brojne izložbene projekte, trajno pohranjene u muzejskim publikacijama, od 1942. godine Muzej Slavonije izdaje stručno glasilo Osječki zbornik. Od prvog broja, pod uredništvom dr. Josipa Bösendorfera, Zbornik objavljuje radove djelatnika Muzeja Slavonije, no i brojnih istaknutih znanstvenika Osijeka, Hrvatske, a sve više i stručnjaka izvan naših granica čiji su radovi vezani uz Osijek i Slavoniju. Od 1954. godine Osječki zbornik, uz ostala izdanja Muzeja Slavonije, međuknjižničnom razmjenom šalje se na više od sedam stotina adresa u Hrvatskoj i inozemstvu. Osim izdavačkih djelatnosti, tu su mjesto našle i edukacije u muzeju, edukativne izložbe, vodstva, radionice te razni i mnogobrojni projekti¹²⁷.

U sklopu edukacije u Muzeju, organiziraju se i edukativne izložbe. Muzej je do sada organizirao nekoliko edukativnih izložbi. Među njima i izložbe „Nek se topi u ustima“, „Što oni u muzeju rade?“ te „U okviru 5“ i „Što će Vam muzej?“¹²⁸.

Muzej u sklopu svoje djelatnosti organizira i različita vodstva kako bi približio i prilagodio muzejski sadržaj svim skupinama posjetitelja. Tako Muzej organizira i stručna vodstva po izložbama. Stručno vodstvo se organizira isključivo za grupne posjete (najmanje 10, a najviše 30 osoba). U suradnji s muzejskim pedagogom moguće je organizirati prilagođena vodstva za učenike¹²⁹.

Muzej organizira i edukativne radionice, koje se svojom tematikom vežu uz izložbe, muzejske projekte ili određene datume u godini. Posebno treba izdvojiti radionice tradicijske izrade svijeća i licitara u suradnji s tradicijskim i umjetničkim obrtom "Blažeković" koje se vežu uz Božić, Valentinovo, Antunovo i Svi Svete¹³⁰.

Kao jedan od najstarijih muzeja u Hrvatskoj odigrao je ključnu ulogu u prikupljanju i zaštiti kulturne baštine grada Osijeka i gotovo cijele regije Slavonije i Baranje. A kao najstarija kulturna institucija u gradu Osijeku, Muzej nastoji postati i ostati kulturno ishodište Osijeka i

¹²⁶Usp. Isto.

¹²⁷Usp. Isto.

¹²⁸Usp. Isto.

¹²⁹Usp. Isto.

¹³⁰Usp. Isto

Slavonije koji će nacionalnu baštinu dostojno sačuvati i prezentirati i izvan granica naše domovine.

Kako bi Muzej postao i ostao kulturno središte, nisu dovoljne samo organizirane izložbe jer muzeji postaju mjesto okupljanja ljudi i interakcije. Upravo je ta ideja prepoznata i na njezinom je tragu nastala Noć muzeja, kulturna manifestacija koju Hrvatsko muzejsko društvo organizira od 2005. godine tijekom noći posljednjeg petka u siječnju s ciljem promocije muzejske djelatnosti, kao i djelatnosti cijele AKM zajednice.

4.2.1.3. Pregled programa Muzeja Slavonije Osijek za manifestaciju Noć muzeja u razdoblju od 2007. – 2014. godine

Muzej Slavonije Osijek uključio se u manifestaciju Noć muzeja gotovo od samog njenog početka u Hrvatskoj, točnije 2007. godine s radionicom na temu memorije. Tijekom godina, Muzej je svojim posjetiteljima pružio brojne atraktivne izložbe i programe. Prikazane su nove izložbe, kao i gostujuće izložbe i stalni postavi. Program je obogaćen raznim glazbenim izvedbama, plesnim točkama te demonstracijom izviđačkih vještina u suradnji s lokalnim udrugama. Ostvarena je i suradnja s Gradskom i sveučilišnom knjižnicom Osijek koja je pružila pozitivan primjer suradnje dvije kulturne ustanove. Iz navedenog može se zaključiti da je prepoznata važnost zadržavanja interesa javnosti kako bi se omogućilo prepoznavanje Muzeja, i ostalih uključenih lokalnih kulturnih ustanova, kao mjesta zabave i učenja.

Tablica broj 2 prikazuje pregled programa Muzeja za manifestaciju Noć muzeja od samog početka 2007. do 2014. godine. Iz tablice je vidljivo da je manifestacija započela 2007. godine kao fotografska radionica sa petnaest sudionika¹³¹ da bi 2014. godine okupila više od 9.881 sudionika za koje su pripremljene dvije gostujuće izložbe Etnografskog muzeja Zagreb te Hrvatskog državnog arhiva, dvije nove izložbe, prezentacija projekta te stalni postav. Tijekom godina posjetitelji su mogli pogledati izložbeni projekt pod nazivom "S druge strane ogledala" (2008. godine), izložba plakata karikatura "Što oni...u muzeju rade?" (2009. godine), zanimljivu izložbu "Čudovišta u Muzeju Slavonije" (2010. godine) ili "Fotografije s izložbe" uz glazbeni program učenika Glazbene škole Franje Krežme Kuhača Osijek (2011. godine). Noć muzeja 2012. prikazivala je izložbe "Povijest radija u Osijeku", "Zaštićeni podmorski lokalitet - S.M.S. Szent István - austrougarski bojni brod klase Teghetthoff", "Kako ste dočekali Božić '91?" i "Otvoreni depo" te je organizirana i pričaonica u suradnji s Gradskom i sveučilišnom knjižnicom

¹³¹Broj sudionika prikazan je u tablici broj 3

Osijek. U 2013. godini posjetiteljima manifestacije predstavljene su izložbe “Slikar Kamilo Krvarić” te “Dvoje leglo troje osvanilo” kao gostovanje Muzeja brodskog Posavlja. Iste godine, 2013., prikazane su video projekcije uz akciju studenata Umjetničke akademije Sveučilišta u Osijeku.

Tablica 2. Pregled programa Muzeja Slavonije Osijek za manifestaciju Noć muzeja u razdoblju od 2007. – 2014. godine¹³²

Godina održavanja	Pregled programa Muzeja Slavonije Osijek za manifestaciju Noć muzeja u razdoblju od 2007. – 2014. Godine
2007.	Fotografska radionica na temu memorije -osnovni cilj radionice bio usmjeriti pažnju 15 sudionika ne na muzej, već na gradske ulice, trgove i parkove kao mjesta koja svakodnevno igraju ulogu čuvara lokalne kulturne povijesti -radionica je zamišljena kao poticaj sudionicima da uz pomoć fotografske leće razviju kritičko razmišljanje osvrtnjem na prostor u kojem žive, na istaknute i zaboravljene protagoniste i događaje iz prošlosti
2008.	Izložbeni projekt pod nazivom "S druge strane ogledala" - predstavljen je monografija "Sela i gradovi Slavonije i Baranje na starim razglednicama" autora Grgura Marka Ivankovića nastala na temelju muzejskog fundusa
2009.	Izložba plakata karikatura “Što oni...u muzeju rade?” - izložba je popraćena glazbenim programom na hodnicima Muzeja. - prikazan stalni postav “S druge strane ogledala”, “Dadoh željezo za zlato”, “Plakat za plakat” te Lapidarij rimskih kamenih spomenika
2010.	Predstavljanje nove izložbe “Čudovišta u Muzeju Slavonije” autora akademskog slikara Stanislava Marijanovića -uz izložbu predstavljena je i strip-slikovnica “Čudovišta u Muzeju Slavonije”, podnaslovljena “1. tvrđanski rat do sada nepoznatih čudovišta u Muzeju Slavonije”
2011.	Predstavljanje nove izložbe “Fotografije s izložbe“ Dietmara Buhrera - program je popraćen glazbenim programom učenika Glazbene škole Franje Krežme Kuhača Osijek - jednonoćna izložba „...nek se tope u ustima“ u suradnji s klubom 60+ - prikazane su i izložbe Ledenodobni sisavci”, “Fotografija u Istri do 1918.”, “Ah, ti kućanski poslovi” te poznata izložba “S druge strane ogledala” te Lapidarij rimskih kamenih spomenika
2012.	Prikazne izložbe “Povijest radija u Osijeku“, “Zaštićeni podmorski lokalitet - S.M.S. Szent István - austrougarski bojni brod klase Teghetthoff“, “Kako ste dočekali Božić ’91? “ te “Otvoreni depo“

¹³²Usp. Muzej Slavonije Osijek. URL: <http://www.mso.hr/index.php?page=muzej> (2014-06-18)

	<ul style="list-style-type: none"> - organizirana je i pričaonica u suradnji s Gradskom i sveučilišnom knjižnicom Osijek. - prikazan stalni postav „Lapidarij rimskih spomenika“ - program je popraćen izvedbom vokalno-instrumentalnog sastava Krjesnice
2013.	<p>Predstavljenje izložbe “Slikar Kamilo Krvarić” te “Dvoje leglo troje osvanilo” gostovanje Muzeja broskog Posavlja</p> <ul style="list-style-type: none"> - prikazane su video projekcije uz akciju studenata Umjetničke akademije Sveučilišta u Osijeku - prikazana izložba „Muzej na lenti vremena grada“ - prikazan stalni postav „Lapidarij rimskih spomenika“ - prigodna prodaja muzejskih izdanja i nagradna igra
2014.	<p>Prikazivanje gostujuće izložbe “Dječje igračke iz hrvatske baštine” Etnografskog muzeja Zagreb te „Tragač za zvijezdama“ Hrvatskog državnog arhiva</p> <ul style="list-style-type: none"> - pripremljene su još dvije nove izložbe “Tradicijska baština na primjeru šokačke kuće u Topolju” te “Muzej na lenti vremena grada”, „Ulaznica za drugi svijet egipatska zbirka Muzeja Slavonije“ uz stalni postav „Lapidarij rimskih spomenika“, „Prapovijest“ i „Seoba naroda i srednji vijek“ - program je obogaćen prezentacijom projekta “South East Europe – Danube Limes Brand” kao i projekcijom izbora građe i prigodnom prodajom publikacija Državnog arhiva u Osijeku te Muzeja Slavonije - organizirana je i demonstracija izviđačkih vještina te nagradna igra u muzeju u suradnji s Udrugom izviđača Slavonski hrast kao i jednonoćna izložba u suradnji s Udrugom te nagradna igra za posjetitelje

5. Utjecaj Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije u lokalnoj zajednici: istraživanje

5.1. Ciljevi i pretpostavke

Ovo se istraživanje provelo s namjerom da se dobiju odgovori na pitanja koliki odjek manifestacija poput osječke Noći muzeja ima na lokalnu zajednicu, kako su posjetitelji osječke Noći muzeja saznali za tu manifestaciju, koliko često odlaze u muzeje tijekom godine i što bi ih potaknulo na češći odlazak te jesu li posjetitelji ove manifestacije ujedno i korisnici knjižnica.

Cilj svakog istraživanja je potvrditi određenu hipotezu, a cilj našeg istraživanja je potvrditi sljedeće hipoteze:

1. Posjetitelji Noći muzeja su osobe koje posjećuju muzeje.
2. Manifestacija Noć muzeja povećava prepoznatljivost muzeja u lokalnoj zajednici jer privlači i posjetitelje koji inače ne posjećuju muzeje.
3. Manifestacija Noć muzeja potiče svoje posjetitelje da postanu redoviti posjetitelji muzeja.

Interpretacija dobivenih rezultata pomoći će pri boljem razumijevanju povezanosti utjecaja Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije Osijek u lokalnoj zajednici, kao i prepoznavanju muzeja kao institucija koje povezuju ljude s globalnim izvorima informacija i koji su nezaobilazni dionici u razvoju kulturnog turizma.

5.2. Metodologija, instrument i uzorak

U ovom istraživanju korištena metoda ispitivanja strukturirana je anketa koja se provodila individualno, to jest sa svakim se ispitanikom razgovaralo „u četiri oka“. Pitanja su postavljena usmenim putem, nakog čega je anketar paralelno bilježio odgovore ispitanika pisanim putem ispunjavajući anketu koja je bila jednaka za sve ispitanike 2011. i 2012. godine.¹³³ Opisani način provođenja ankete povećao je sigurnost da su ispitanici razumjeli postavljeno pitanje i na njega dobro odgovorili. Anketa je sastavljena iz dva dijela. Početni dio ankete sastoji se od osam pitanja od kojih je svih osam zatvorenog tipa, ali se u ukupno sedam pitanja pružila mogućnost dodatnog objašnjenja od strane ispitanika, ukoliko ono postoji. Cilj je saznati koliki odjek

¹³³Usp. Vujević, Miroslav. Uvod u znanstveni rad u području društvenih znanosti. Zagreb: Školska knjiga, 2006. Str. 19-21.

manifestacija poput osječke Noći muzeja ima na lokalnu zajednicu, kako su posjetitelji osječke Noći muzeja saznali za tu manifestaciju, koliko često odlaze u muzeje tijekom godine i što bi ih potaknulo na češći odlazak te jesu li posjetitelji ove manifestacije ujedno i korisnici knjižnica. Završni dio ankete sastoji se od četiri pitanja koja nam pružaju informacije o samom ispitaniku od kojih su tri zatvorenog tipa i jedno pitanje otvorenog tipa. Pitanja u završnom dijelu ankete odnosila su se na spol, godište, najvišu razinu završenog obrazovanja te zanimanje ispitanika.

Zatvoren tip pitanja oblikovan je pomoću Likertove ljestvice za ispitivanje stavova. Anketa je sastavljena u suradnji s mentoricom.

Prilog 1. donosi primjer ankete koja je bila jednaka za sve ispitanike u 2011. te 2012. godini.

Naš uzorak čine posjetitelji manifestacije Noć muzeja 2011. te 2012. godine koji su pristali sudjelovati u ovom istraživanju. Prve godine (2011.) uzorak se sastoji od 319 ispitanika, a druge godine (2012.) od 271 ispitanika. Ukupna posjećenost osječke Noći muzeja u 2011. godini je 7.561 posjetitelj te 5.108 posjetitelja u 2012. godini prema službenim podacima Hrvatskog muzejskog društva koji su prijavljeni od strane Muzeja Slavonije Osijek. Uzimajući u obzir ukupan broj posjetitelja može se zaključiti kako 2011. godine naš uzorak čini 4.2% od ukupnog broja posjetitelja te 2012. godine 5.3% posjetitelja. Izračunati odziv za istraživanje 2011. godine iznosi 87.63% (od ukupno 364 osobe koje smo zamolili da sudjeluju u istraživanju, 319 osoba pristalo je sudjelovati) te 2012. godine odziv iznosi 89.76% (od ukupno 302 osobe, 271 osoba pristala je sudjelovati u istraživanju). Zajednički odziv za 2011. i 2012. godinu iznosi 88.58% (od ukupno 666 osoba, 590 ih je pristalo sudjelovati odnosno 76 osoba nije bilo zainteresirano za istraživanje).

Sa svakim se ispitanikom posebno razgovaralo, a samo istraživanje odvijalo se ispred Muzeja Slavonije Osijek u razdoblju od 18 sati do ponoći. Na početku razgovora objašnjeno im je da će se prikupljeni podaci koristiti samo za potrebe izrade diplomskog rada. Također, ispitanici su upoznati s činjenicom da je istraživanje anonimno te da ne postoje točni i netočni odgovori, već da se od njih traži subjektivno mišljenje.

Dobiveni rezultati analizirani su uz pomoć programa SPSS te su prikazani usporedni rezultati istraživanja 2011. i 2012. godine u šestom poglavlju.

6. Rezultati

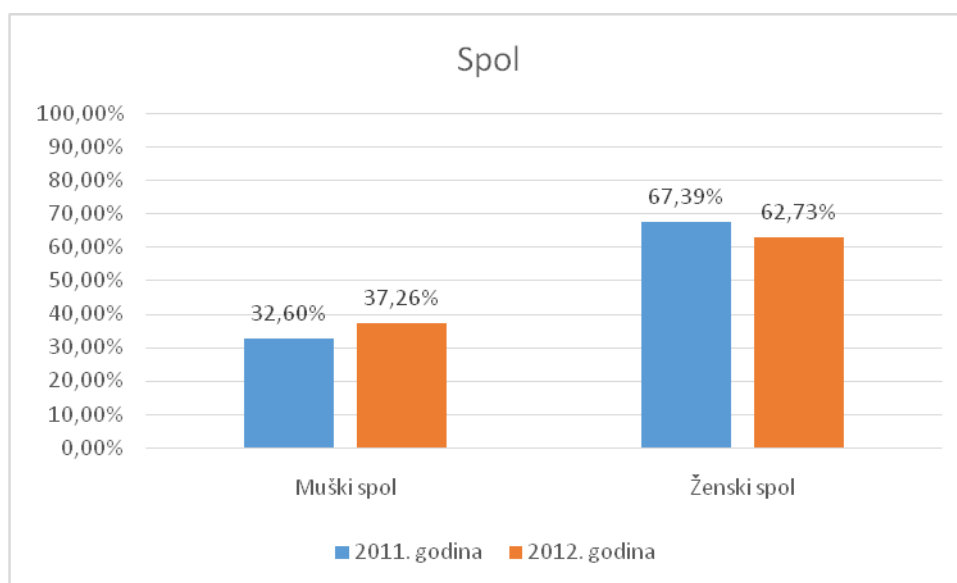
6.1. Opis uzorka

Završni dio ankete sastoji se od četiri pitanja koja nam pružaju informacije o samom ispitaniku od kojih su tri zatvorenog tipa i jedno pitanje otvorenog tipa. Pitanja u završnom dijelu ankete odnosila su se na spol, godište, najvišu razinu završenog obrazovanja te zanimanje ispitanika.

6.1.1. Opis uzorka – 2011. i 2012. godina

1. Spol

U 2011. godini od ukupno 319 ispitanika, 215 (67,39%) ženskog su spola, a 2012. godine od ukupno 271 ispitanika ženskog spola je njih 170 (62,73%). U 2011. godini 104 (32,60%) ispitanika muškog su spola te u 2012. godini ukupno 101 (37,26%) ispitanik (Slika 3.).

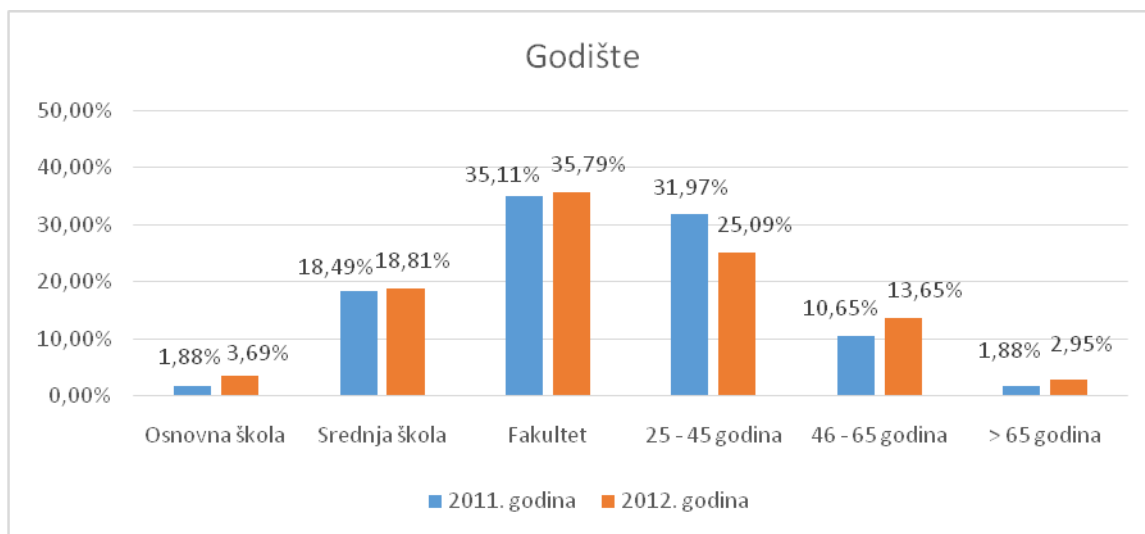


Slika 3. Spol

2. Godište

Slika broj 4 daje usporedni prikaz godišta ispitanika za 2011. i 2012. godinu. Sa slike je vidljiva otprilike podjednaka zastupljenost godišta ispitanika. Od 319 ispitanika 2011. godine, najviše ih pripada dobnoj skupini „fakultet“ (od 19 do 24 godine) i to ukupno 112 (35,11%) ispitanika te je slična situacija 2012. godine gdje od 271 ispitanika njih 97 (35,79%) pripada istoj skupini. Zatim skupini od 25 – 45 godina pripada 102 ispitanika (31,97%) 2011. godine, a 2012. ukupno 68 (25,09%) ispitanika. Skupina „srednja škola“ (od 15 do 18 godina) u 2011. godini iznosi ukupno 59 (18,49%) ispitanika, a 2012. ukupno 51 (18,81%). Skupina od 46 – 65 godina zastupljena je sa 34 (10,65%) ispitanika u 2011. godini te u 2012. sa 51 (18,81%) ispitanikom.

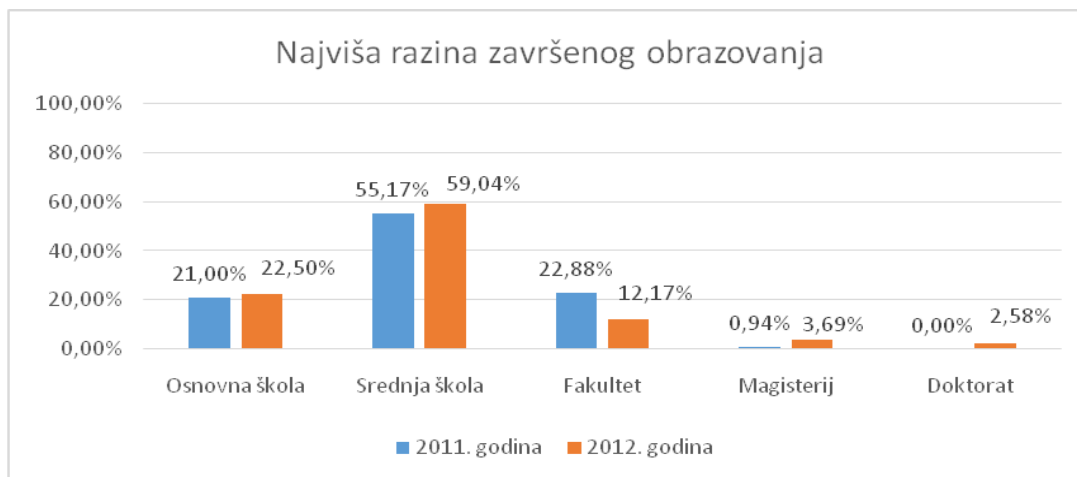
Dobna skupina „osnovna škola“ (do 14 godina) u 2011. godini zastupljena je sa šest (1,88%) ispitanika, a u 2012. godini ukupno je njih 10 (3,69%). Skupina iznad 65 godina u 2011. godini sastoji se od šest (1,88%) ispitanika te njih 8 (2,95%) u 2012. godini.



Slika 4. Godište

3. Najviša razina završenog obrazovanja

Sa slike 5 možemo vidjeti da je najveći postotak ispitanika 2011. i 2012. godine kao najvišu razinu završenog obrazovanja ima srednju školu – ukupno 176 (55,17%) ispitanika 2011. godine te 160 (59,04%) ispitanika 2012. godine. Osnovnu školu u 2011. godini navelo je ukupno 67 (21%) ispitanika te 61 (22,5%) ispitanik u 2012. godini. Skupina fakultet 2011. godine zastupljena je sa 73 (22,88%) ispitanika, dok je u 2012. puno manja i iznosi 33 (12,17%) ispitanika. Skupina magisterij 2011. godine iznosi tri (0,94%) ispitanika, dok u 2012. iznosi 10 (3,69%). U 2011. godini nije zabilježen niti jedan (0%) ispitanik s doktoratom, dok je u 2012. zabilježeno 7 (2,58%) ispitanika.



Slika 5. Najviša razina završeng obrazovanja

4. Zanimanje

Tablica broj 3 prikazuje zanimanje ispitanika u 2011. godini. Od ukupno 319 ispitanika njih 122 (38,24%) čine studenti, zatim 55 (17,24%) učenici, 26 (8,15%) ekonomisti, 20 (6,27%) pravnici, 11 (3,44%) profesori, elektrotehničari čine 7 (2,19%), inženjeri 6 (1,81%), umirovljenici 6 (1,81%), prodavači 4 (1,25%). Zanimanja koja se javljaju u istom broju - 3 (0,94%) su kućanica, psiholog, konobar, asistent, automehaničar te službenik. S dva (0,62%) ispitanika javljaju se liječnik, plinoinstalater, privatnik, fizioterapeut, frizerka, medicinska sestra. Zanimanja koja su zastupljena samo s jednim ispitanikom (0,31%) su domar, knjižničar, glumac, direktor, farmaceut, vozač, kozmetičar, magistar matematike, veterinar, varitelj, građevinski tehničar, kuhar, biolog, magistar muzikologije, autolakirer, tekstilni tehničar, krojačica, muzejski tehničar, odgajatelj, prehrambeni tehnolog, limar, lektor, strojar, tehničar vozila, službenik, konfekcionar, tajnica, agent za sigurnost u radu, voditelj, diplomirani socijalni radnik, kemijski tehničar, informacijski stručnjak.

Tablica 3. Zanimanja ispitanika - 2011. godina

Zanimanje:	Broj ispitanika:
Student	122
Učenik	55
Ekonomist	26
Pravnik	20
Profesor	11
Elektrotehničar	7
Prodavač	6
Inženjer, umirovljenik	4
Kućanica, psiholog, konobar, asistent, automehaničar, službenik,	3
Liječnik, plinoinstalater, privatnik, fizioterapeut, frizerka, medicinska sestra	2
Domar, knjižničar, glumac, direktor, farmaceut, vozač, kozmetičar, magistar matematike, veterinar, varitelj, građevinski tehničar, kuhar, biolog, magistar muzikologije, autolakirer, tekstilni tehničar, krojačica, muzejski tehničar, odgajatelj, prehrambeni tehnolog, limar, lektor, strojar, tehničar vozila, službenik, konfekcionar, tajnica, agent za sigurnost u radu, voditelj, diplomirani socijalni radnik, kemijski tehničar i informacijski stručnjak	1
Ukupno:	319 ispitanika

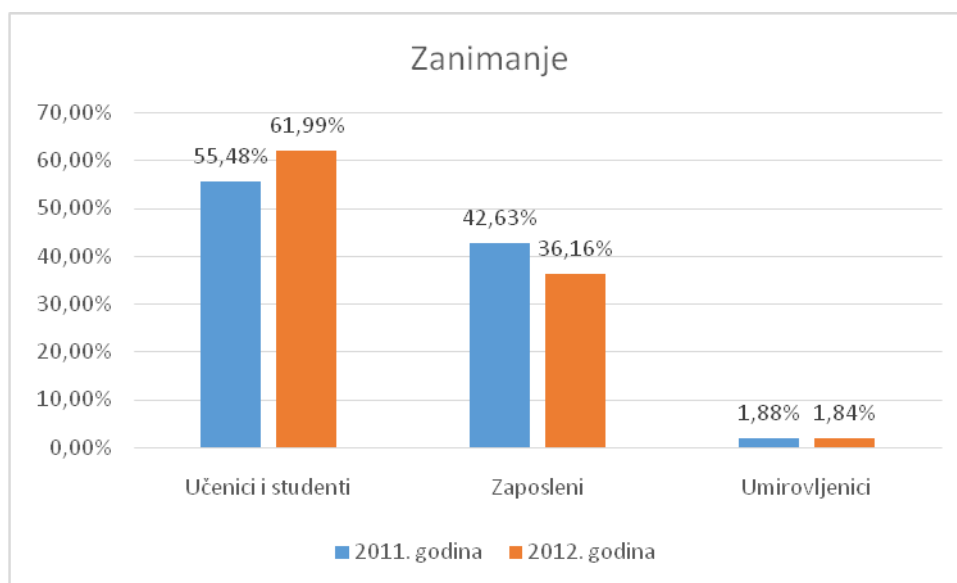
Tablica broj 4 prikazuje zanimanje ispitanika u 2012. godini. Od ukupno 271 ispitanika, njih 107 (39,48%) čine studenti, 61 (22,5%) učenici, profesori čine 10 (3,69%), pravnici 8 (2,95%), ekonomisti 7 (2,58%), elektrotehničari 6 (2,21%) te umirovljenici 5 (1,84%). Zanimanja konobar, medicinska sestra i tehničar hitne pomoći javljaju se u istom broju – 4 (1,47%), zatim liječnik, psiholog, tajnik, frizer, direktor te laboratorijski tehničar koji su zastupljeni s tri (1,1%) ispitanika. Zanimanja knjižničar, automehaničar, diplomirani koreograf, farmaceut, limar, strojar, fotograf, turistički vodič te stomatolog javljaju se s dva (0,73%) ispitanika. Zanimanja koja su zastupljena samo s jednim (0,36%) ispitanikom su glumac, vozač, kuhar, biolog, nutricionist, prevoditelj, učitelj, financijski analitičar, slikar, grafički dizajner, tekstilni tehničar, agronom, prodavač, menadžer, inženjer građevine, Inženjer šumarstva, književnik, vodoinstalater te cvijećar.

Tablica 4. Zanimanja ispitanika - 2012. godina

Zanimanje:	Broj ispitanika:
Student	107
Učenik	61
Profesor	10
Pravnik	8
Ekonomist	7
Elektrotehničar	6
Umirovljenik	5
Konobar, medicinska sestra, tehničar hitne pomoći	4
Liječnik, psiholog, tajnik, frizer, direktor, laboratorijski tehničar,	3
Knjižničar, automehaničar, diplomirani koreograf, farmaceut, limar, strojar, fotograf, turistički vodič, stomatolog	4
Glumac, vozač, kuhar, biolog, nutricionist, prevoditelj, učitelj, financijski analitičar, slikar, grafički dizajner, tekstilni tehničar, agronom, prodavač, menadžer, inženjer građevine, inženjer šumarstva, književnik, vodoinstalater i cvijećar	1
Ukupno:	271 ispitanik

Slika 6. daje usporedni prikaz zanimanja ispitanika u 2011. i 2012. godini. U 2011. godini najveći broj ispitanika pripada skupini „učenici i studenti“ – 177 (55,48%) te ukupno 168 (61,99%) ispitanika 2012. godine. Zatim, u 2011. godini 136 (42,63%) ispitanika čini skupinu „zaposleni“, dok su 2012. zastupljeni sa 98 (36,16%) ispitanika. Ukupno 6 (1,88%) ispitanika

2011. godine čini skupinu „umirovljenici“, a 2012. pet (1,84%) ispitanika pripada navedenoj skupini.



Slika 6. Zanimanje

6.2. Prikaz rezultata istraživanja

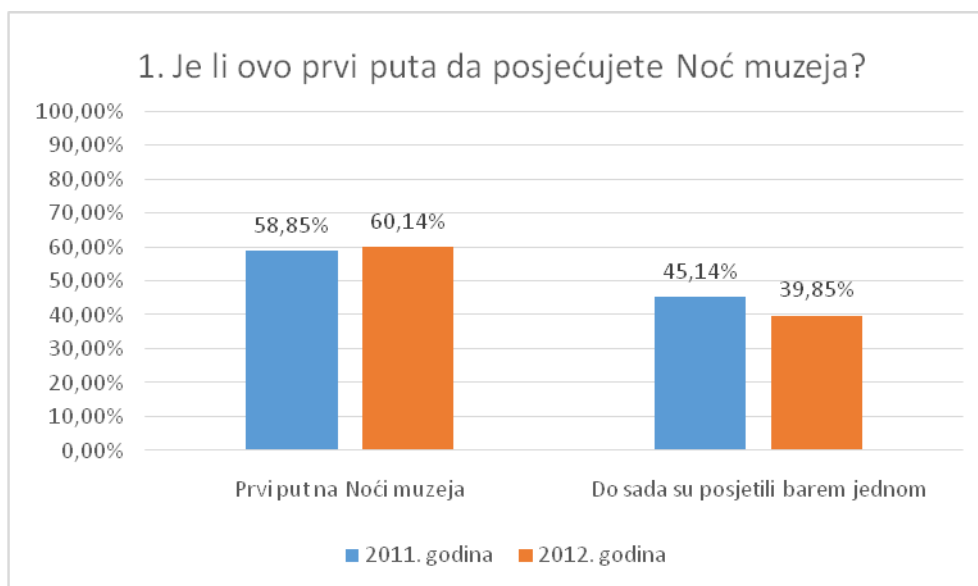
Kao što je već rečeno, anketa je sastavljena iz dva dijela. Početni dio ankete sastoji se od osam pitanja od kojih je svih osam zatvorenog tipa, ali se u ukupno sedam pitanja pružila mogućnost dodatnog objašnjenja od strane ispitanika, ukoliko ono postoji. Cilj je ispitati koliki odjek manifestacija poput osječke Noći muzeja ima na lokalnu zajednicu, kako su posjetitelji osječke Noći muzeja saznali za tu manifestaciju, koliko često odlaze u muzeje tijekom godine i što bi ih potaknulo na češći odlazak te jesu li posjetitelji ove manifestacije ujedno i korisnici knjižnica.

6.2.1. Rezultati istraživanja – usporedni prikaz za 2011. i 2012. godinu

1. Broj sudjelovanja u manifestaciji Noć muzeja 2011. i 2012. godine

Slika broj 7 daje usporedni prikaz broja sudjelovanja ispitanika u manifestaciji Noć muzeja za 2011. i 2012. godinu. Naime, od ukupno 319 ispitanika, 2011. godine prvi put na Noći muzeja bilo je njih 175 (58,85%), a u 2012. godini od ukupno 271 ispitanika bilo je njih 163 (60,14%).

Ispitanici koji su posjetili ovu manifestaciju barem jednom do tada 2011. godine broje 144 (45,14%) ispitanika, a 2012. ukupno 108 (39,85%).



Slika 7. Broj sudjelovanja na Noći muzeja 2011. i 2012. godine

2. Broj sudjelovanja na dotadašnjim Noćima muzeja

Slika broj 8 prikazuje rezultate broja posjeta Noći muzeja za 2011. i 2012. godinu. U 2011. godini zabilježeni su ispitanici koji su do tada Noć muzeja posjetili pet, šest i sedam puta, dok je najveći broj posjeta do tada u 2012. bio četiri. U 2011. godini od ukupno 144 (45,14%) ispitanika u uzorku koji su do tada barem jednom bili na dosadašnjim Noćima muzeja njih 32 (22,22%) manifestaciju je posjetilo jednom, dok u 2012. godine od 108 (39,85%) ispitanika njih 40 (37,03%) bilo je jednom. U 2011. godini njih 59 (40,97%) manifestaciju je posjetilo dva puta do tada, a 2012. godine njih 41 (47,96%). Tri puta do tada manifestaciju je posjetilo 34 (23,61%) ispitanika 2011. godine te 18 (16,66%) u 2012. godini. U 2011. godini četiri puta bilo je 10 (6,9%) ispitanika, a 2012. godine 9 (8,33%) ispitanika. Godina 2011. bilježi posjet od pet puta sa ukupno 6 (4,16%) ispitanika, sedam puta dva ispitanika (1,38%) te šest puta jedan (0,69%) ispitanik.



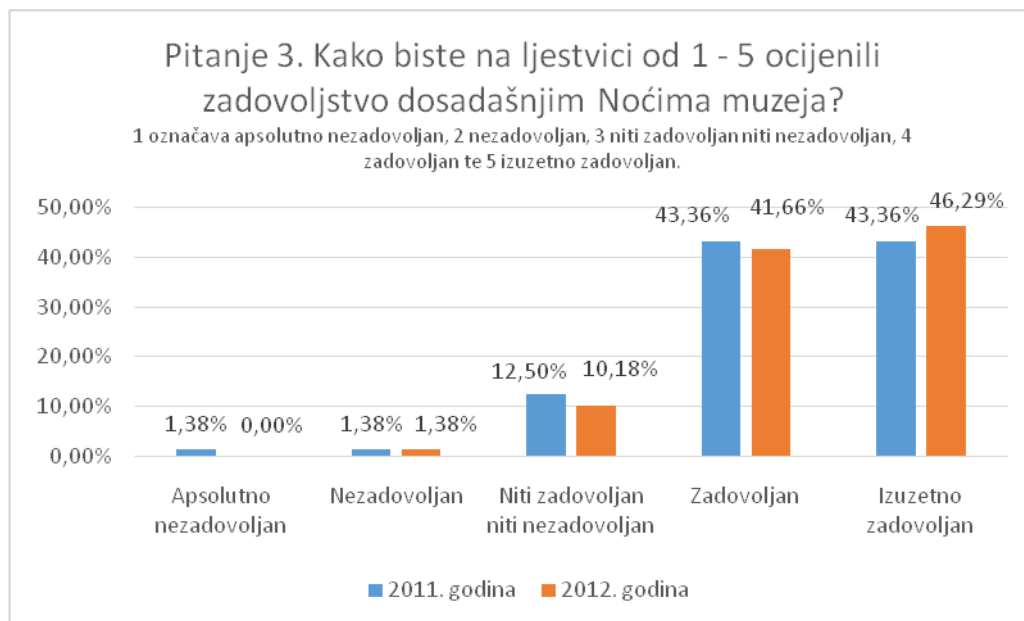
Slika 8. Broj sudjelovanja na dotadašnjim Noćima muzeja

3. Zadovoljstvo dotadašnjim Noćima muzeja - 1 označava apsolutno nezadovoljan, 2 nezadovoljan, 3 niti zadovoljan niti nezadovoljan, 4 zadovoljan te 5 izuzetno zadovoljan

Slika broj 9 daje usporedan prikaz zadovoljstva posjetitelja Noći muzeja za 2011. i 2012. godinu. Sa slike je vidljivo da je zadovoljstvo u obje godine bilo otprilike podjednako. Naime, potpuno zadovoljnih koji su Noć muzeja ocijenili s ocjenom 5 u 2011.¹³⁴ godini bilo je 61 (43,36%), a u 2012.¹³⁵ potpuno zadovoljnih je 50 (46,29%) ispitanika. Ocjenom 4 – zadovoljno dotadašnje Noći muzeja 2011. godine ocijenio je 61 (43,36%) ispitanik, a 2012. godine 45 (41,66%) ispitanika. Niti zadovoljno niti nezadovoljno ukupno je 18 (12,5%) ispitanika u 2011. godini te 11 (10,18%) ispitanika u 2012. Nezadovoljno je dvoje (1,38%) ispitanika 2011. godine te isti broj – 2 (1,85%) u 2012. godini. U 2011. godini izuzetno je nezadovoljno dvoje (1,38%), dok 2012. niti jedan ispitanik nije apsolutno nezadovoljan. Ukupno 122 (84,72%) ispitanika ocijenilo je dotadašnje Noći muzeja kao izuzetno zadovoljavajuće i zadovoljavajuće u 2011. godini te 95 (87,96%) ispitanika u 2012. godini. Srednja vrijednost zadovoljstva za 2011. godinu je 4,33 te je podjednaka za 2012. i iznosi 4,34.

¹³⁴Od ukupno 144 (45.14%) ispitanika

¹³⁵Od ukupno 108 (39.85%) ispitanika

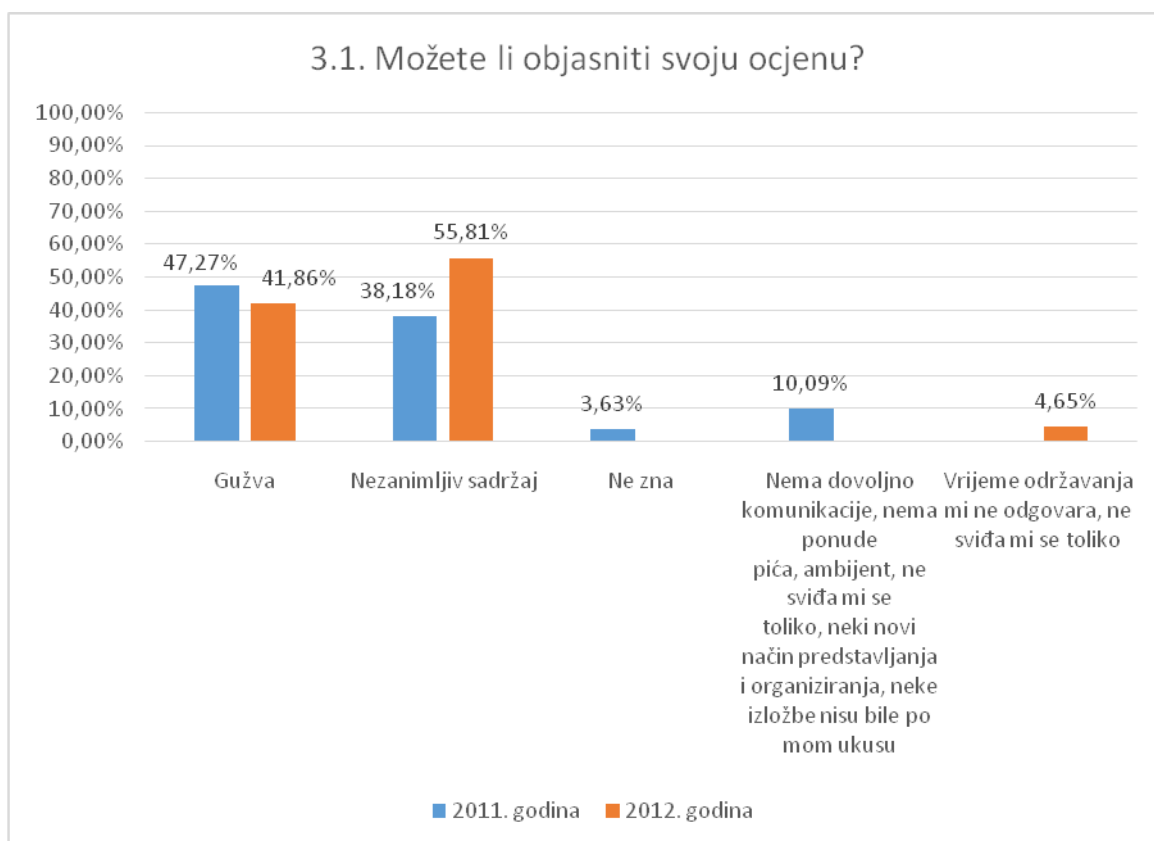


Slika 9. Zadovoljstvo dotadašnjim Noćima muzeja

Naše smo ispitanike zamolili da pojasne svoju ocjenu kada ona nije bila najviša (5) te u nastavku dajemo njihove odgovore.

Ukupan broj ispitanika 2011. godine koji su objasnili svoju ocjenu zadovoljstva dosadašnjim Noćima muzeja ukoliko ona nije bila 5 – izuzetno zadovoljan je 55 (17,24%). Ukupan broj ispitanika 2012. godine koji su objasnili svoju ocjenu zadovoljstva dosadašnjim Noćima muzeja ukoliko ona nije bila 5 – izuzetno zadovoljan je 43 (15,86%).

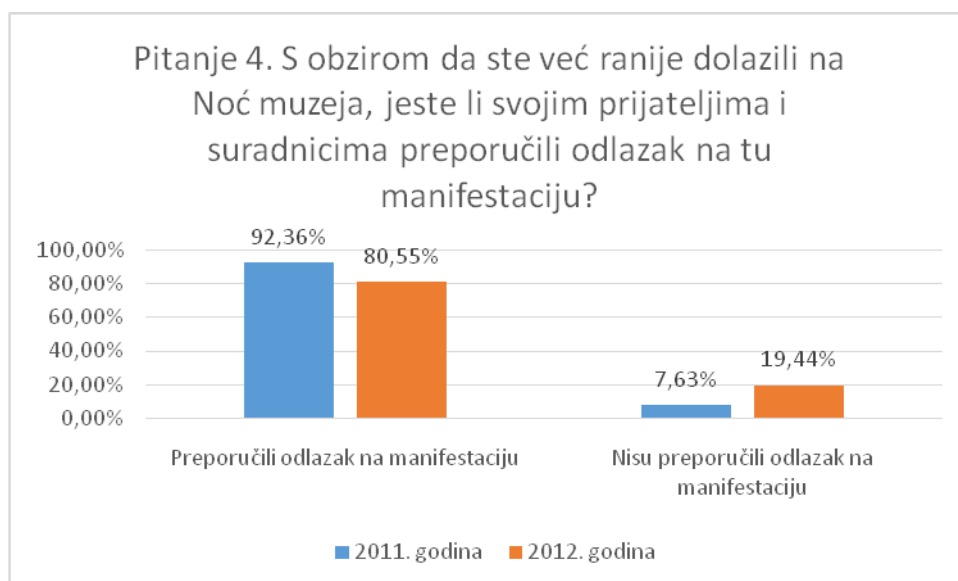
Slika broj 10 prikazuje da su gužva i nezanimljiv sadržaj jedni od glavnih razloga manje ocjene u 2011. te 2012. godini. Njih 26 (47,27%) navodi gužvu kao razlog manje ocjene u 2011. godini, dok 2012. godine gužvu prepoznaje 18 (41,86%) ispitanika. Nezanimljiv sadržaj naveo je 21 (38,18%) ispitanik 2011. godine te 24 (55,81%) ispitanika 2012. godine. Ostali razlozi u 2011. godini, prepoznati od strane 6 (10,9%) ispitanika, odnose se na nedovoljno komuniciranja s posjetiteljima, loš ambijent, općenito nezadovoljstvo s manifestacijom, potreba za nekim novim načinom predstavljanja i organiziranja te nezanimljive izložbe te dva (3,63%) ispitanika koja nisu znala objasniti razlog manje ocjene. U 2012. godini dvoje (4,65%) ispitanika navode ostale razloge poput neodgovarajućeg vremena održavanja te općenitog nezadovoljstva s manifestacijom.



Slika 10. Objašnjenje ocjene zadovoljstva dotadašnjim Noćima muzeja

4. Preporuka odlaska na manifestaciju Noć muzeja prijateljima i suradnicima od strane ispitanika

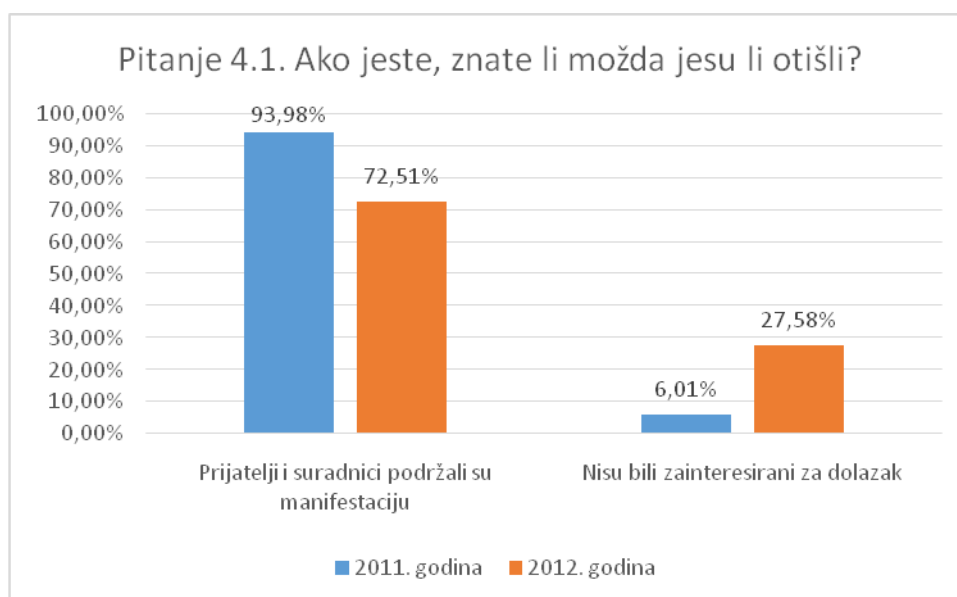
Ovo je pitanje bilo postavljeno ispitanicima koji su se izjasnili da ovo nije njihov prvi posjet Noći muzeja. Od 144 (45,14%) ispitanika 2011. godine odlazak na manifestaciju prijateljima i suradnicima preporučilo je 133 (92,36%) ispitanika, a od ukupno 108 (39,85%) ispitanika 2012. godine odlazak na manifestaciju prijateljima i suradnicima preporučilo je njih 87 (80,55%). U 2011. godini ukupno je 11 (7,63%) ispitanika koji nisu preporučili odlazak na manifestaciju, dok je u 2012. godini nešto veći broj te iznosi ukupno 21 (19,44%).



Slika 11. Preporuka odlaska

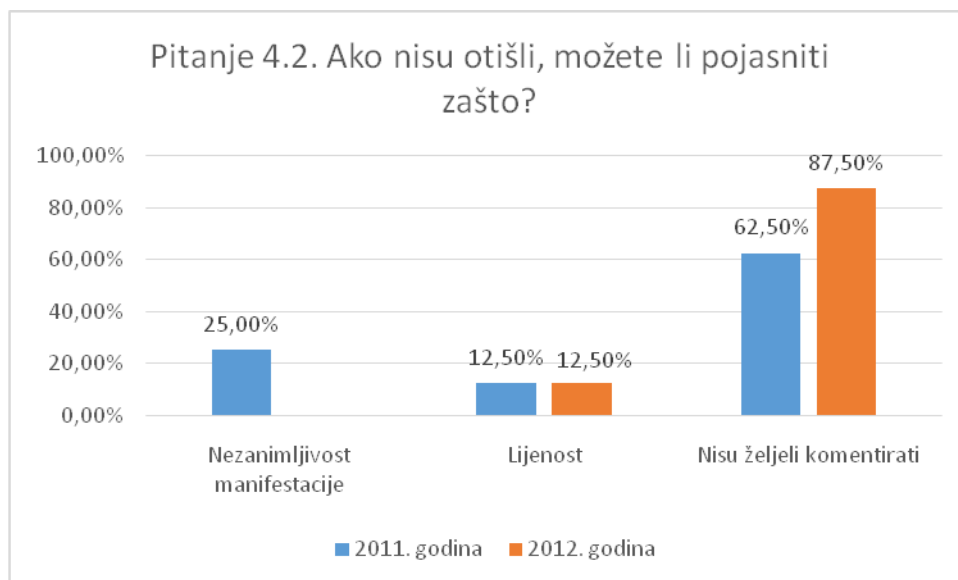
4.1. Dopuna pitanja preporuke odlaska na manifestaciju Noć muzeja

U 2011. godini, od 133 (93,36%) ispitanika koji su preporučili odlazak na manifestaciju, ukupno 125 (93,98%) smatra da su njihovi prijatelji i suradnici podržali Noć muzeja 2011., u 2012. godini od 87 (80,55%) ispitanika koji su preporučili odlazak na manifestaciju, njih 63 (72,51%) smatra da je Noć muzeja podržana od strane prijatelja i suradnika. Njih 8 (6,01%) nije bilo zainteresirani za posjet u 2011. godini, a ukupno 24 (27,58%) nije bilo zainteresirano za posjet u 2012. godini (Slika 12.).



Slika 12. Dopuna pitanja – preporuka odlaska

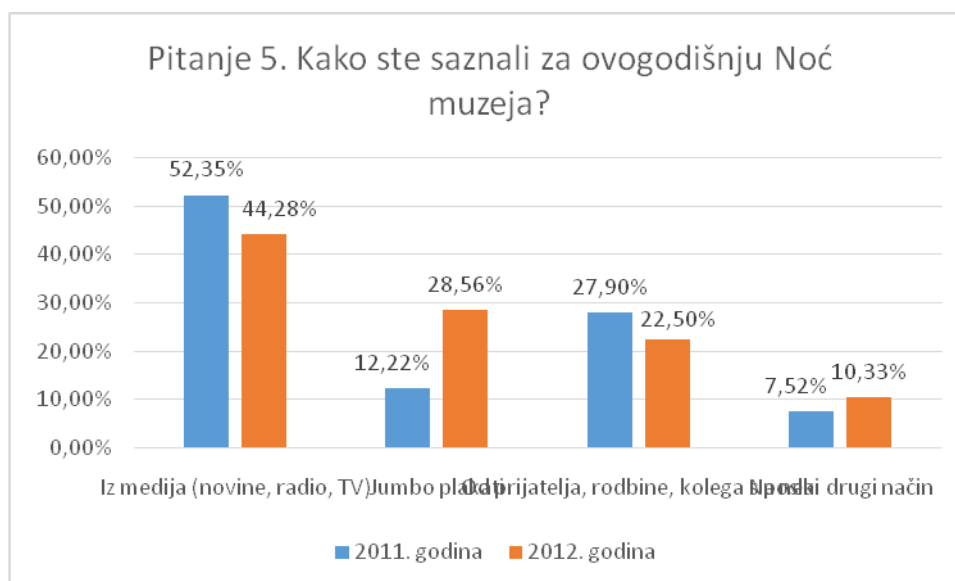
Od 8 (6,01%) ispitanika čiji prijatelji i suradnici nisu otišli na Noć muzeja 2011., njih dvoje (25%) kao razlog navode nezanimljivost manifestacije. U 2012. godini od 24 (27,58%) ispitanika čiji prijatelji i suradnici nisu otišli na Noć muzeja 2012., njih troje (12,5%) kao razlog navode lijenost, a 2011. godine jedan (12,5%) ispitanik kao razlog navodi lijenost. Ostalih pet (62,5%) ispitanika u 2011. godini nisu htjeli komentirati te ukupno 21 (87,5%) u 2012. godini (Slika 13.).



Slika 13. Dopuna pitanja – preporuka odlaska

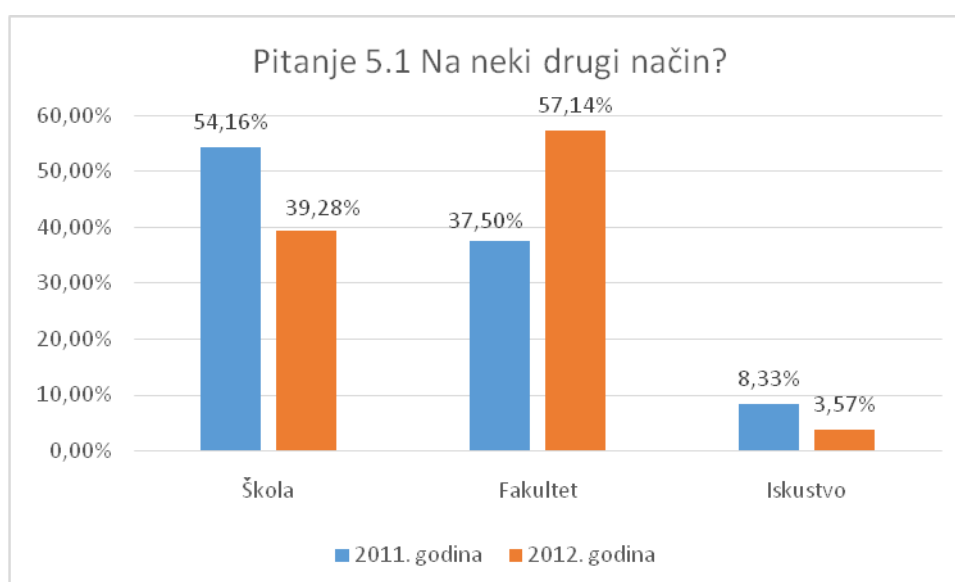
5. Način informiranja o održavanju Noći muzeja

Slika broj 14 prikazuje načine na koje su ispitanici došli do informacije o održavanju Noći muzeja, 2011. godine najveći broj ispitanika - 167 (52,35%,) informaciju je dobio putem medija (novine, radio, TV), a 2012. godine njih 110 (44,28%). Od prijatelja, rodbine, kolega s posla saznalo je ukupno 89 (27,9%) ispitanika 2011., te 61 (22,50%) ispitanik 2012. Preko jumbo plakata informiralo se 39 (12,22%) ispitanika u 2011., te njih 72 (26,56%) u 2012. godini. Na neki drugi način koji je pojašnjen u pitanju koje slijedi 2011. godine saznalo je 24 (7,52%) ispitanika i 28 (10,33%) u 2012. godini.



Slika 14. Način informiranja o održavanju manifestacije

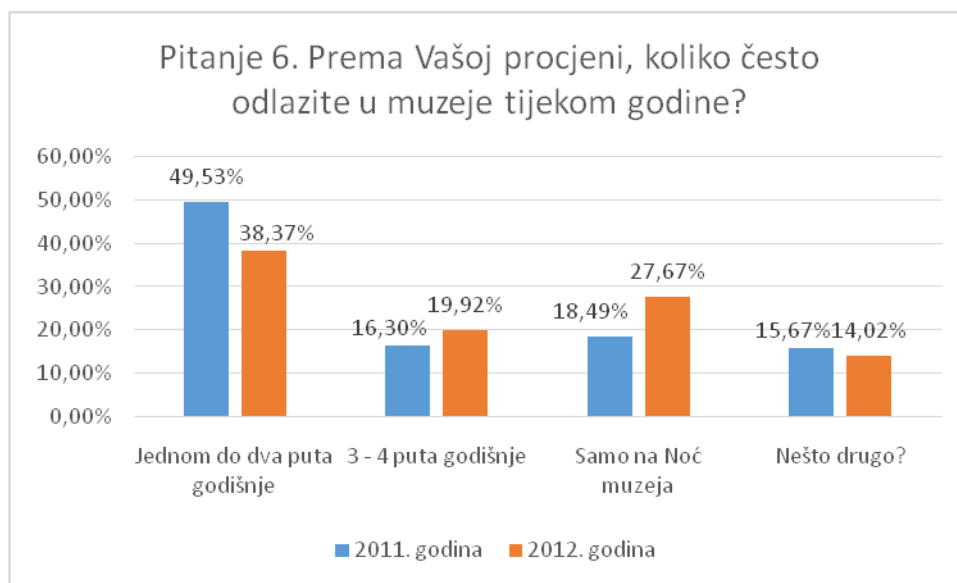
Ispitanike koji su odabrali opciju 'Neki drugi način' zamolili smo da pojasne svoj odgovor. Od 24 (7,52%) ispitanika koji su za Noć muzeja 2011. saznali na drugačiji način od ponuđenih odgovora njih 13 (54,16%) informaciju je dobilo u školi, od 28 (10,33%) ispitanika u 2012. godini njih 11 (39,28%) također je saznalo u školi. U 2011. godini ukupno 9 (37,5%) ispitanika saznalo je na fakultetu te 16 (57,14%) ispitanika u 2012. godini. Dva (8,33%) ispitanika naveli su vlastito iskustvo prošlogodišnjim Noćima muzeja kao izvor informacije u 2011. godini te jedan posjetitelj (3,57%) koji je 2012. godine također naveo vlastito iskustvo (Slika 15.).



Slika 15. Dopuna pitanja – način informiranja o održavanju manifestacije

6. Učestalost odlaska u muzej tijekom godine

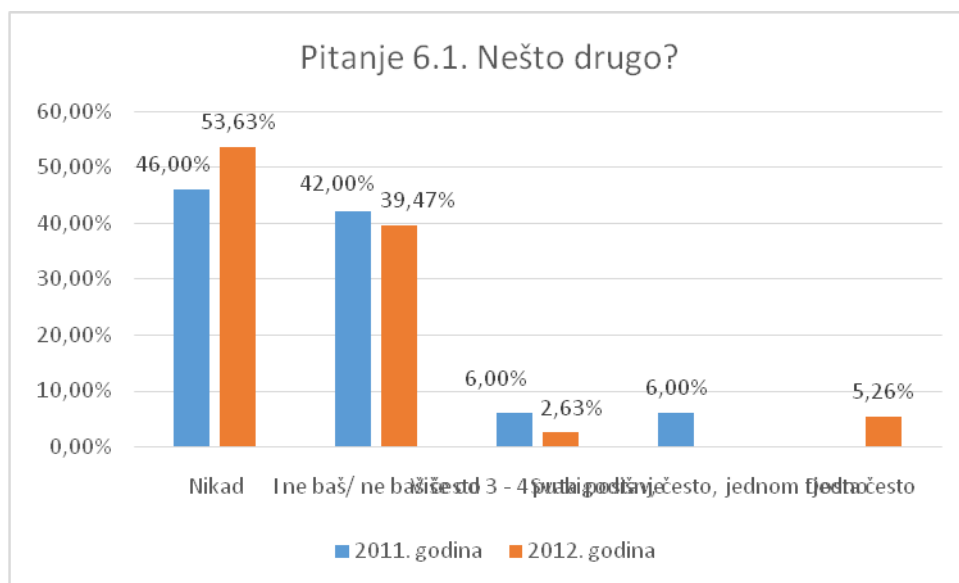
Slika broj 16 daje usporedni prikaz učestalosti odlaska u muzej tijekom godine, iz slike možemo vidjeti da najveći broj ispitanika 2011. i 2012. godine u muzej odlazi jednom do dva puta godišnje, u 2011. godini ukupno 158 (49,53%) ispitanika i 104 (38,37%) u 2012. godini. U 2011. godini, 3 – 4 puta godišnje u muzeje odlazi 52 (16,30%) ispitanika te 54 (19,92%) ispitanika u 2012. Samo Noć muzeja kao razlog odlaska u muzeje 2011. godine vidi 59 (18,49%) ispitanika te njih 75 (27,67%) u 2012. godini. Broj ispitanika koji su svoj odlazak u muzeje objasnili na drugačiji način od ponuđenih odgovora u 2011. godini iznosi 50 (15,67%) te 38 (14,02%) ispitanika u 2012. godini..



Slika 16. Učestalost odlaska u muzej

6.1. Dopuna pitanja o učestalosti odlaska u muzej

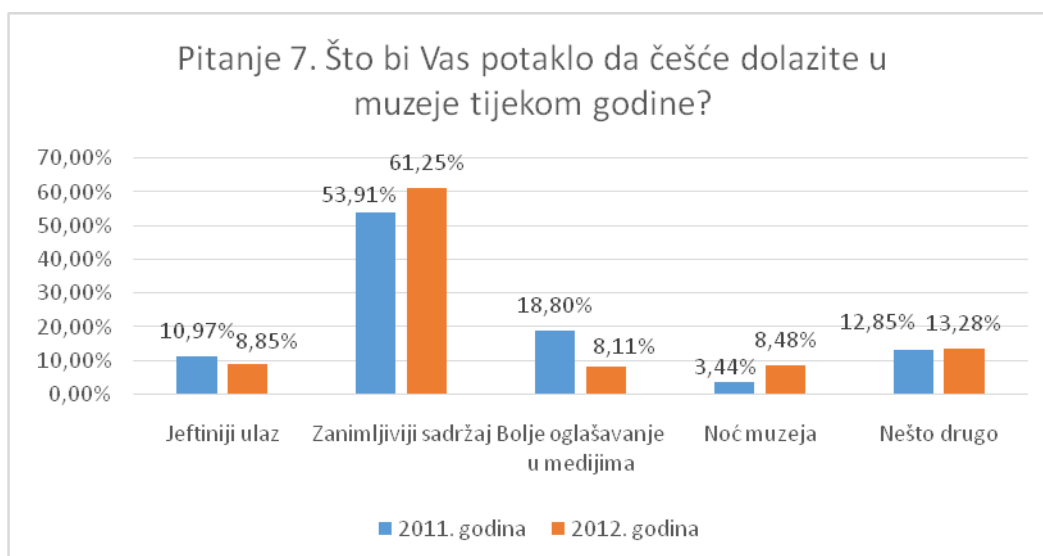
Od 50 (15,67%) ispitanika koji su svoju učestalost odlaska u muzeje 2011. godine objasnili drugačije nego u ponuđenim odgovorima, njih 23 (46%) navodi da nikad ne ide u muzeje, dok 2012. godine od 38 (14,02%) ispitanika njih 20 (52,63%) također navodi da nikad ne ide u muzeje. Broj ispitanika koji je svoj odgovor definirao kao „i ne baš“ u 2011. godini iznosi 21 (42%) te 15 (39,47%) ispitanika u 2012. godini. Troje (6%) ispitanika navelo je kako u muzeje odlazi više od 3 – 4 puta godišnje u 2011. godini te samo jedan (2,63%) u 2012. godini. Preostalih troje (6%) ispitanika u 2011. godini naveli su da odlaze na svaki postav, često te jednom tjedno, a u 2012. godini dva (5,26%) ispitanika navela su kako u muzeje odlazi dosta često.



Slika 17. Dopuna pitanja – učestalost odlaska u muzej

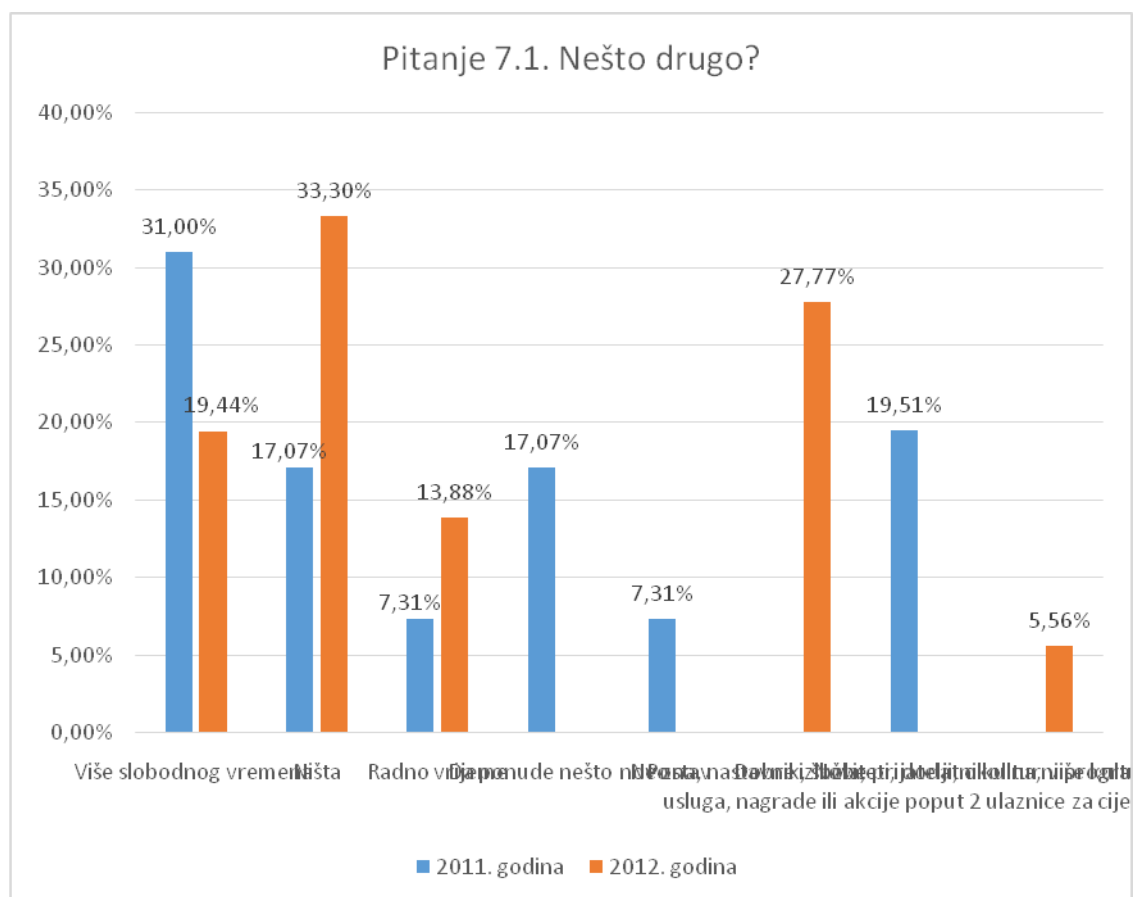
7. Motivacija za češću posjetu muzeju tijekom godine

Iz slike broj 18 koja prikazuje motivaciju za češću posjetu muzeju tijekom godine vidljiva je zastupljenost zanimljivog sadržaja u obje godine kod više od pola ispitanika. U 2011. godini njih 172 (53,91%) smatra kako bi ih zanimljiviji sadržaj potaknuo na češći dolazak u muzeje, a 2012. godine isto navodi njih 166 (61,25%). Zatim, 2011. godine, 60 (18,8%) ispitanika motivaciju vidi u boljem oglašavanju putem medija te 22 (8,11%) ispitanika navodi isto. Jeftiniji ulaz kao razlog za češći dolazak prepoznalo je 35 (10,97%) ispitanika u 2011. godini te njih 24 (8,85%) u 2012. godini. U 2011. godini 11 (3,44%) ispitanika kao motivaciju za češći posjet vidi u održavanju manifestacije Noć muzeja te ukupno 23 (8,48%) ispitanika u 2012. godini. Broj ispitanika koji je definirao svoj odgovor na drugačiji način od ponuđenog u 2011. iznosi 41 (12,85%), a u 2012. ukupno 36 (13,28%) ispitanika.



Slika 18. Motivacija za češću posjetu muzeju

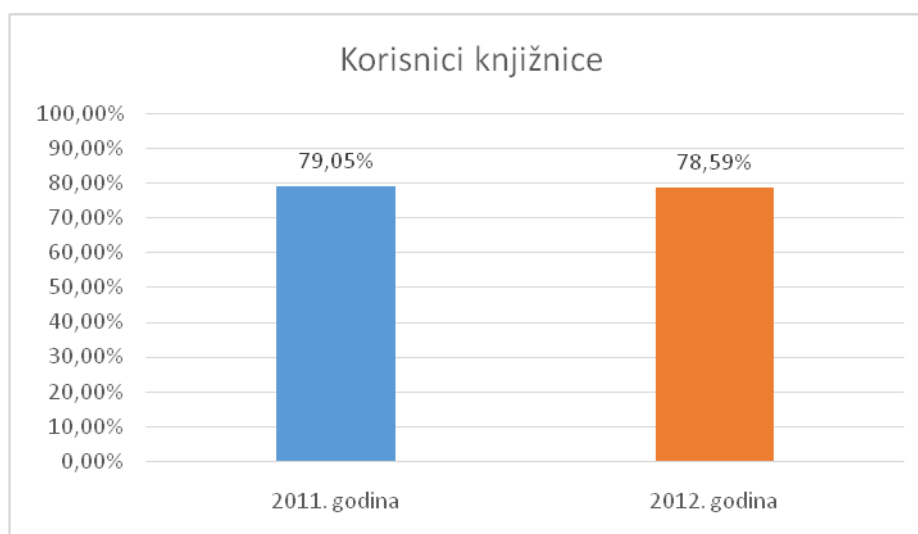
Slika broj 19 daje dopunu prethodnom pitanju vezanom uz motivaciju za češću posjetu muzeju 2011. te 2012. godine. Ispitanici su se složili oko više slobodnog vremena te određeni postotak njih koji smatra kako ih ništa ne bi potaklo na češći odlazak. U 2011. godini od 41 (12,58%) ispitanika njih 13 (31%) smatra kako bi ih više slobodnog vremena potaklo na češći odlazak u muzeje, dok od 36 (13,28%) ispitanika 2012. godine njih 7 (19,44%) navodi isto. Ukupno 7 (17,07%) ispitanika u 2011. godini misli kako ih ništa ne bi potaklo na češći odlazak te njih 12 (33,3%) navodi isto u 2012. godini. U 2011. godini 7 (17,07%) ispitanika naveli su kako bi češće odlazili u muzeje kad bi ponudili nešto novo, dok bi 2012. njih 10 (27,77%) češće odlazilo u muzeje kad bi, po njihovom mišljenju, muzej ponudio više dobrih izložbi. Tri ispitanika (7,31%) u 2011. naveli su radno vrijeme kao motiv za dolazak, a postav je prepoznat kao drugi motiv od jednakog broja ispitanika – 3 (7,31%). U 2012. godini pet (13,88%) ispitanika kao razlog navodi bolje radno vrijeme te dva ispitanika (5,56%) navode dodatni kulturni program uz postav te novitete kao razlog za češći odlazak u muzeje. Ostalih osam ispitanika (19,51%) u 2011. godini navode razloge poput preporuke nastavnika, škole, prijatelja, okoline, više usluga, više kulture, nagrade ili akcije poput dvije ulaznice za cijenu jedne te jedan ispitanik koji ne zna što bi ga motiviralo da češće dolazi u muzeje.



Slika 19. Dopuna pitanja – motivacija za češću posjetu muzeju

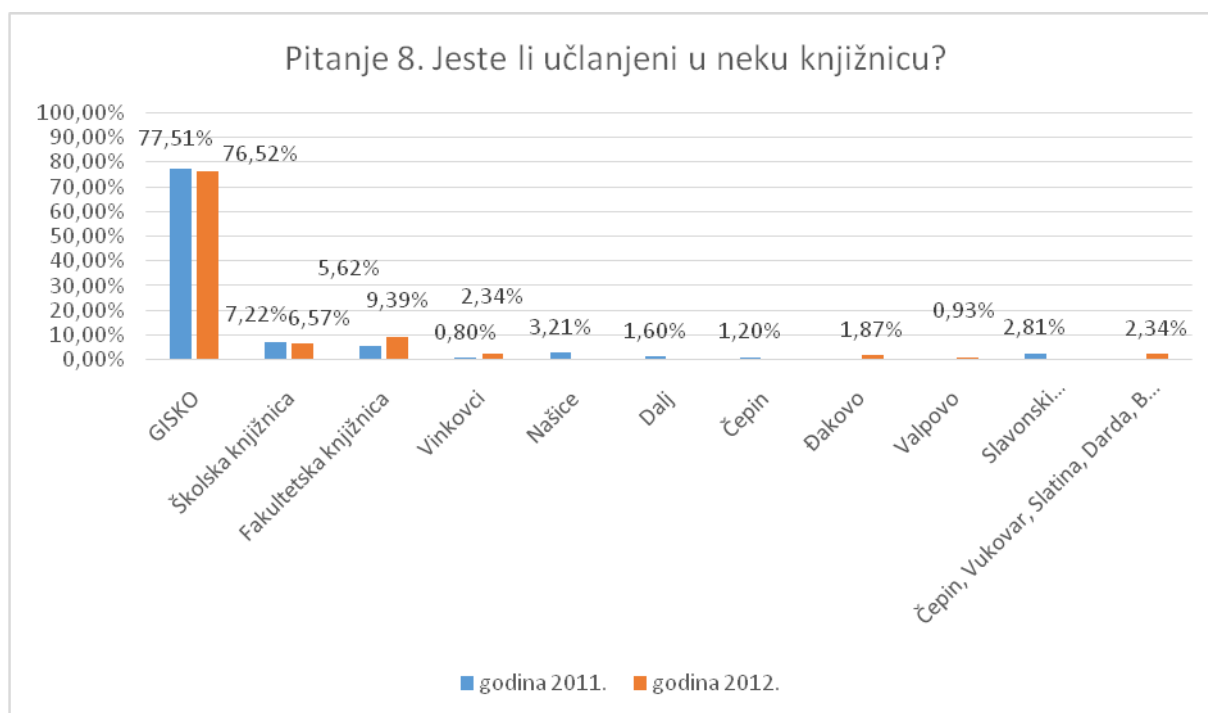
8. Zastupljenost korisnika knjižnice

Rezultati istraživanja 2011. godine pokazali su da od 319 ispitanika, njih 249 (79,05%) učlanjeno je u knjižnicu, dok njih 70 (21,94%) nisu korisnici niti jedne knjižnice. Od 271 ispitanika 2012. godine, njih 213 (78,59%) učlanjeno je u knjižnicu, dok ukupno 58 (21,40%) ispitanika nije učlanjeno u niti jednu knjižnicu (Slika 20.)



Slika 20. Korisnici knjižnice

Slika broj 21 prikazuje kako je u obje godine najveći postotak ispitanika učlanjen u Gradsku i sveučilišnu knjižnicu Osijek, 193 (77,51%) u 2011. godini te 163 (76,52%) ispitanika u 2012. godini. Broj korisnika školskih knjižnica u 2011. godini iznosi 18 (7,22%), dok je u 2012. ukupno 14 (6,57%) ispitanika. U 2011. godini njih 14 (5,62%) koristi fakultetske knjižnice te 20 (9,39%) ispitanika u 2012. godini. Što se tiče ostalih narodnih knjižnica, jedino se narodna knjižnica u Vinkovcima javlja u obje godine, 2011. navode je dva (0,8%) ispitanika te 2012. njih pet (2,34%). U 2011. godini, 8 (3,21%) ispitanika naveli su narodnu knjižnicu u Dalju, 4 (1,60%) narodnu knjižnicu u Našicama, 3 (1,2%) narodnu knjižnicu u Čepinu te preostalih 7 (2,81%) ispitanika koji koriste ostale¹³⁶ narodne knjižnice. Godine 2012. četiri (1,87%) ispitanika koristi narodnu knjižnicu u Đakovu, dvoje (0,93%) narodnu knjižnicu u Valpovu te 5 (2,34%) ispitanika koji koriste ostale¹³⁷ narodne knjižnice.



Slika 21. Knjižnice

¹³⁶Knjižnice u Slavonskom Brodu, Đakovu, Valpovu, Vukovaru, Belom Manastiru, Županji i Virovitici

¹³⁷Knjižnice u Čepinu, Vukovaru, Slatini, Dardi i Belom Manastiru

7. Rasprava

Ovo se istraživanje provelo s namjerom da se dobiju odgovori na pitanja koliki odjek manifestacija poput osječke Noći muzeja ima na lokalnu zajednicu, kako su posjetitelji osječke Noći muzeja saznali za tu manifestaciju, koliko često odlaze u muzeje tijekom godine i što bi ih potaknulo na češći odlazak te jesu li posjetitelji ove manifestacije ujedno i korisnici knjižnica.

Podaci o prethodno postavljenim pitanjima bit će prikazani u drugom dijelu rasprave, dok će prvi dio opisati uzorak posjetitelja 2011. i 2012. godine.

Na temelju slike broj 3 može se zaključiti da je zamjetno veći broj posjetitelja Noći muzeja ženskog spola, gledajući postotke, ispitanici ženskog spola u obje godine prelaze 60% (2011. godine iznosi 67,39% te 62,73% u 2012.), dok ispitanici muškog spola tek 30% (32,60% u 2011. godini te 37,26% u 2012.). Sa slike broj 4 vidljiva je otprilike jednaka zastupljenost godišta ispitanika u obje godine, na temelju čega se može zaključiti kako se najveći postotak posjetitelja manifestacije odnosi na osobe od 19 do 24 godine (skupina fakultet u postotku 35,11% u 2011. godini i 35,79% u 2012. godini) nakog čega, po zastupljenosti, slijede osobe od 25 do 45 godina (31,97% u 2011. godini te 25,09% u 2012.). Nešto manji postotci zabilježeni su kod skupine srednja škola – od 15 do 18 godina (18,49% u 2011. i 18,81% u 2012.) te skupina od 46 – 65 godina (10,65% u 2011. te 13,65% u 2012.). Najmanji postotak ispitanika pripada skupini osnovna škola – do 14 godina (1,88% u 2011. godini i 3,69% u 2012.) i skupini iznad 65 godina (1,88% 2011. te 2,95% u 2012. godini). Velika većina ispitanika su osobe do 45 godina (87,45% u 2011. te 83,38% u 2012.). Najviša razina završenog obrazovanja kod ispitanika je srednja škola (55,17% u 2011. te 59,04% u 2012. godini), zatim u podjednakim postotcima javlja se osnovna škola (21% u 2011. godini i 22,50% u 2012.) i fakultet (22,88% 2011. godine i 12,17% 2012.), te u vrlo malim postotcima magisterij (0,94% u 2011. te 3,69% u 2012.) i doktorat (javlja se samo u 2011. godini u postotku od 2,58%).

Struktura obuhvaćenih zanimanja je slijedeća: najveći broj ispitanika pripada skupini „učenici i studenti“ (55,48% u 2011. godini te 61,99% u 2012. godini), zatim skupini „zaposleni“ (42,63% u 2011. godini i 36,16% u 2012. godini) te skupina „umirovljenici“ koja je zastupljena s vrlo malim postotcima u odnosu na prethodno navedene skupine (2011. godine ukupno 1,88%, te 2012. 1,84%). Zanimanja koja se javljaju kod ispitanika, to jest posjetitelja Noći muzeja, vrlo su raznolika i uključuju zanimanje tajnika, automehaničara, limara, fotografa, profesora, biologa, medicinske sestre, ekonomista, pravnika, elektrotehničara, autolakirera pa sve do kuhara, direktora, liječnika, knjižničara, odgajatelja, lektora, studenta, veterinara, glumca i slično. Na temelju dobivenih podataka Muzej može dobiti odgovor na pitanja tko dolazi u muzej, kome se

obraća i kome šalje svoje poruke, to jest koga želi privući svojim aktivnostima. Može se zaključiti kako je najveći dio ispitanika ženskog spola, osobe do 45 godina, sa srednjom školom kao najvišom razinom završenog obrazovanja te s vrlo različitom strukturom obuhvaćenih zanimanja. Potencijalna muzejska publika obuhvaća osobe različite dobi, različite razine obrazovanja te zanimanja - na temelju čega je za pretpostaviti kako su njihove potrebe i želje drugačije te muzej mora pronaći način kako uspostaviti komunikaciju sa svojom publikom, tj. posjetiteljima.

Na temelju analiziranih podataka, kao preporuka Muzeju, nameće se važnost promišljanja usmjerena prema programima koje muzej nudi mladima kao skupini koja će nastaviti posjećivati muzeje i time spriječiti odljev posjetitelja. Noć muzeja 2011. prikazala je jednonoćnu izložbu u suradnji s klubom +60 te je tom prilikom organiziran dio programa usmjeren skupini „umirovljenici“, no uz pomoć muzejskog pedagoga moguće je organizirati brojne kreativne i edukacijske programe koji su usmjereni raznim skupinama muzejskih posjetitelja. Iz tablice broj 2 koja daje pregled programa Muzeja za manifestaciju Noć muzeja u razdoblju od 2007. do 2014. godine vidljivo je kako je velik dio programa usmjeren na izložbe i stalne postavte te prodaju muzejskih publikacija, uz iznimke organiziranja popratnog glazbenog programa ili nagradne igre. Nadalje, slika broj 10 prikazuje kako je nezanimljiv sadržaj u najvećem postotku prepoznat kao razlog nezadovoljstva manifestacijom, to jest razlog manje ocjene od strane ispitanika (38,18% u 2011. te 55,81% u 2012. godini).

Na temelju slike broj 7 može se zaključiti da analizirani podaci ne potkrepljuju baš velik interes za Noć muzeja, 2011. godine 112 (77,77%) ispitanika posjetilo je Noć muzeja više od jednom (dva, tri ili više puta), dok je u 2012. godini taj broj manji i iznosi ukupno 68 (62,96%) ispitanika. U 2011. godine 45,14% posjetitelja barem jednom do tada posjetio navedenu manifestaciju te 39,85% posjetitelja koji imaju iskustva s dotadašnjim Noćima muzeja u 2012. godini. Prema navedenom moglo bi se zaključiti kako se posjetitelji iz 2011. godine nisu vratili. Analizirani podaci imaju svoje uporište i u statističkim podacima prikupljenim od strane Hrvatskog muzejskog društva gdje je u Noći muzeja 2011. zabilježen 7.661 posjetitelj, a u 2012. 5.108 posjetitelja. Nadalje, u obje godine manifestacija je uspjela privući i nove posjetitelje koji su prvi puta na Noći muzeja i time pokazati da ipak postoji malo povećanje u broju novih posjetitelja, u 2011. njih 58,85% te u 2012. godini 60,14% ispitanika. U 2011. godini zabilježeni su posjetitelji koji su do tada Noć muzeja posjetili pet, šest i sedam puta, dok je 2012. godine najveći broj posjeta do tada bio četiri. Može se zaključiti da se u navedenom slučaju radi o zadovoljnim i lojalnim posjetiteljima koji su prepoznali ovu manifestaciju kao zanimljiv način provođenja slobodnog vremena. Posve lojalni i potpuno zadovoljni su posjetitelji koji se

manifestaciji vraćaju te preporučuju odlazak na manifestaciju svojim prijateljima i suradnicima. U 2011. godini ukupno 92,36% ispitanika preporučilo je odlazak svojim prijateljima i suradnicima, dok je u 2012. godini taj postotak 80,55%. U odnosu na 2011. godinu, 2012. vidljivo je smanjenje spremnosti na preporuku što bi se moglo povezati s povećanjem nezadovoljstva manifestacijom od strane ispitanika. Preostali ispitanici koji nisu preporučili odlazak, u 2011. godini 7,36% te u 2012. 19,44%, nisu bili baš jako i posve zadovoljni onim što su vidjeli na prošlim Noćima muzeja te se može pretpostaviti povećanje nezadovoljstva od strane ispitanika u 2012. godini. Što se tiče zadovoljstva manifestacijom - 84,72% ispitanika je u 2011. godini ocijenilo dotadašnje Noći muzeja kao izuzetno zadovoljavajuće i zadovoljavajuće te 87,96% ispitanika u 2012. godini. Srednja vrijednost zadovoljstva za 2011. godinu je 4,33 te je podjednaka za 2012. i iznosi 4,34. Slika broj 10 pokazuje kako su gužva i ranije naveden nezanimljiv sadržaj jedni od glavnih razloga manje ocjene, nakon čega ispitanici navode i loš ambijent, nedovoljno komuniciranja s posjetiteljima ili na primjer neodgovarajuće vrijeme održavanja.

Također, jedan od ciljeva ovog istraživanja bio je saznati na koji način posjetitelji Noći muzeja dolaze do informacije o održavanju Noći muzeja. Na temelju slike broj 14 najveći broj posjetitelja do informacije dolazi putem medija (novine, radio, TV) – u 2011. ukupno 52,35% ispitanika te u 2012. ukupno 44,28% ispitanika. Prema analiziranim podacima, nakon medija najčešći način saznanja o manifestaciji bio je preko prijatelja, rodbine i kolega s posla (27,9% u 2011. godini i 22,50% u 2012.) te preko jumbo plakata (12,22% u 2011. godini i 28,56% u 2012.). Ispitanici koji su odabrali opciju 'Neki drugi način' pojasnili su svoj odgovor te objasnili kako su informaciju dobili u školi (54,16% u 2011. i 39,28% u 2012.), na fakultetu (37,50% u 2011. te 57,14% u 2012.) ili na temelju vlastitog iskustva (8,33% u 2011. te 3,57% u 2012.).

Analizom podataka željelo se dati uvid i u učestalost odlaska u muzeje tijekom godine od strane ispitanika. Dobiveni podaci pokazali su da najveći broj posjetitelja u muzeje odlazi jednom do dva puta godišnje (49,58% u 2011. te 38,37% u 2012.) zatim otprilike podjednaki postotci onih koji u muzeje odlaze 3 - 4 puta godišnje (16,3% u 2011. te 19,92% u 2012.) i samo na Noć muzeja (u 2011. godini ukupno 18,49% te 27,67% u 2012.). Ispitanci koji su svoju učestalosti odlaska objasnili na drugačiji način, navode kako u muzeje ne odlaze nikad, ne baš često, više od 3 – 4 puta godišnje, jednom tjedno, dosta često, često te svaki postav.

Kao što je već rečeno, nezanimljiv sadržaj prepoznat je od strane ispitanika kao razlog manjeg zadovoljstva manifestacijom što se može povezati s dobivenim podacima na slici broj 18 gdje najveći broj posjetitelja motivaciju za češću posjetu muzeju vidi u ponudi zanimljivog sadržaja (53,91% u 2011. godini i 61,25% u 2012.). Osim navedenog, kao motivaciju za češću

posjetu vide u boljem oglašavanju u medijima, jeftinijem ulazu, većoj količini slobodnog vremena i većem broju usluga od strane muzeja.

Gledajući sliku broj 20 može se zaključiti kako je većina posjetitelja Noći muzeja učlanjena u neku knjižnicu - analizirani podaci pokazali su da se u 2011. godini radi o 79,05% ispitanika te ukupno 78,59% u 2012. godini. Korištenje različitih knjižnica dovelo je do pretpostavke o tome iz kojih sredina dolaze posjetitelji Noći muzeja. Na temelju slike broj 21, gdje su ispitanici naveli knjižnicu čije usluge koriste, može se zaključiti kako posjetitelji Noći muzeja nisu samo stanovnici Osijeka već da dolaze i iz bližih sredina poput Slavenskog Broda, Đakova, Vukovara, Županje, Čepina, Darde, Slatine i Virovitice. Na temelju navedenog moglo bi se zaključiti kako Noć muzeja povećava prepoznatljivost muzeja i u široj zajednici jer privlači i posjetitelja drugih sredina. Također, vrlo je visoka vjerojatnost da su to možda bili studenti na studiju u Osijeku koji dolaze iz, na primjer, Našica. No važno je naglasiti da se radi o malim postotcima (na primjer, 2011. godine 3,21% ispitanika korisnici su narodne knjižnice u Našicama, a 2012. godine kao primjer narodna knjižnica u Vinkovcima koju koristi 0,8% ispitanika), dok je većina ispitanika učlanjena u Gradsku i sveučilišnu knjižnicu Osijek (u 2011. godini 77,51% ispitanika i 76,52% u 2012. godini).

Rezultati provedenog istraživanja Muzeju mogu omogućiti saznanje o tome što posjetitelji očekuju od posjeta i sukladno s tim olakšati i prilagoditi planiranje povremenih izložbi i posebnih programa kao i dobiti uvid o tome koje skupine stanovništva podržavaju muzejske programe i aktivnosti. Također, vidljiva su očekivanja posjetitelja koja se provlače kroz nekoliko pitanja i odnose se na zanimljiv sadržaj, dobre izložbe, novitete te dodatni kulturni program uz postav koji bi motivirao posjetitelje na češći odlazak u muzeje tijekom godine, ali i na samu manifestaciju.

Na temelju rezultata do kojih se došlo istraživanjem potvrdit će se ili opovrgnuti ranije definirane hipoteze. Kao što je već rečeno, cilj svakog istraživanja je potvrditi određenu hipotezu, a cilj našeg istraživanja potvrditi je sljedeće hipoteze:

1. Posjetitelji Noći muzeja su osobe koje posjećuju muzeje.

Ova hipoteza je potvrđena jer analizom se došlo do podataka da najveći broj ispitanika 2011. i 2012. godine posjećuje muzeje barem jednom godišnje, u 2011. godini ukupno 216 (67,71%) te u 2012. godini 161 (59,40%). Jednom do dva puta godišnje u 2011. godini odlazi ukupno 158 (49,53%) ispitanika i 104 (38,37%) u 2012. godini. Nadalje, u 2011. godini, 3 – 4 puta godišnje

u muzeje odlazi 52 (16,30%) ispitanika te 54 (19,92%) ispitanika u 2012. Također, kao dopuna pitanju o učestalosti odlaska u muzeje identificirani su posjetitelji koji u muzeje odlaze češće od 3 – 4 puta godišnje, jednom tjedno, često i dosta često.

2. Manifestacija Noć muzeja povećava prepoznatljivost muzeja u lokalnoj zajednici jer privlači i posjetitelje koji inače ne posjećuju muzeje.

Ova hipoteza je djelomice potvrđena jer analizom se došlo do podataka da je najveći broj ispitanika informacije o održavanju Noći muzeja dobio putem medija (novine, radio, TV), u 2011. godini ukupno 167 (52,35%) ispitanika i u 2012. njih 110 (44,28%), te bi se moglo zaključiti kako je došlo do povećanja prepoznatljivosti Muzeja u lokalnoj zajednici upravo na temelju promoviranja manifestacije koja je uspjela privući posjetitelje koji inače ne posjećuju muzeje i time omogućiti Muzeju prepoznavanje potencijalnih posjetitelja i njihovo zadržavanje. Nadalje, u obje godine manifestacija je uspjela privući i nove posjetitelje koje su prvi puta na Noći muzeja, u 2011. njih 58,85% te u 2012. godini 60,14% ispitanika. Također, samu Noć muzeja kao razlog odlaska u muzej 2011. godine vidi 59 (19,92%) ispitanika i 75 (27,67%) ispitanika u 2012. godini. Može se zaključiti kako se radi o malom broju ispitanika, ali pozitivna je činjenica da 2012. godine ta brojka ipak raste. Nadalje, i u 2011. i u 2012. godini identificiran je isti postotak ispitanika koji su izjavili da nikad ne idu u muzeje – 23 (7,21%) ispitanika u 2011. godini i 20 (7,38%) ispitanika u 2012. godini. Stoga moramo zaključiti da je ova hipoteza samo djelomice potvrđena.

3. Manifestacija Noć muzeja potiče svoje posjetitelje da postanu redoviti posjetitelji muzeja.

Ova hipoteza djelomično je potvrđena jer je analizom podataka 2011. godine identificirano samo 11 (3,44%) ispitanika koji motivaciju za češći posjet muzeju vidi u održavanju manifestacije Noć muzeja, te nešto veći broj u 2012. godini koji iznosi 23 (8,48%). No navedenu hipotezu možemo povezati s tvrdnjom da bi zanimljiviji sadržaji Noći muzeja mogli možda privući posjetitelje i u muzej. Također, ukoliko bi se ponudila određena aktivnost na Noći muzeja i pokazala kao uspješna te prepoznata među posjetiteljima, otvorila bi se mogućnost za njezin nastavak u obliku manifestacije (igra, kviz ili slično) koja bi se održavala u muzeju neovisno o Noći muzeja. Potvrdu ove hipoteze možemo pronaći u dobivenim podacima istraživanja prema kojima je ukupno 89 (27,9%) ispitanika u 2011. godini i 61 (22,50%) ispitanik u 2012. godini za održavanje Noći muzeja saznalo od prijatelja, rodbine ili kolega s

posla, za prepostaviti je kako su oni ranije sudjelovali na nečem sličnom te na temelju toga preporučili odlazak.

8. Zaključak

Ovo se istraživanje provelo s namjerom da se dobiju odgovori na pitanja koliki odjek manifestacija poput osječke Noći muzeja ima na lokalnu zajednicu, kako su posjetitelji osječke Noći muzeja saznali za tu manifestaciju, koliko često odlaze u muzeje tijekom godine i što bi ih potaknulo na češći odlazak te jesu li posjetitelji ove manifestacije ujedno i korisnici knjižnica. Interpretacija dobivenih rezultata pomoći će pri boljem razumijevanju povezanosti utjecaja Noći muzeja na prepoznatljivost Muzeja Slavonije Osijek u lokalnoj zajednici, kao i prepoznavanju muzeja kao institucija koje povezuju ljude s globalnim izvorima informacija i koji su nezaobilazni dionici u razvoju kulturnog turizma.

Upravo preko ove manifestacije pruža se mogućnost da mnogi koji možda zbog obveza nisu u mogućnosti obići muzeje danju, naprave to upravo noću. Tim činom posjet muzeju postaje jedna zabavna aktivnost uz svoju edukativnu ulogu. Pozitivnu prepoznatljivost Noći muzeja predstavlja prvenstveno organizacija djelovanja na području cijele Hrvatske, kao i sve veća podrška manifestaciji od strane sponzora. Noć muzeja potaknuo je i pokretanje slične manifestacije u okviru knjižnica. Naime, slijedeći pozitivan primjer muzeja organizirana je i prva Noć knjige 2012. godine u koju su bile uključene brojne knjižnice diljem Hrvatske.

Na temelju analiziranih podataka provedenog istraživanja, kao preporuka Muzeju Slavonije Osijek, nameće se važnost promišljanja usmjerena prema programima koje muzej nudi mladima kao skupini koja će nastaviti posjećivati muzeje i time spriječiti odljev posjetitelja. Noć muzeja 2011. prikazala je jednonoćnu izložbu u suradnji s klubom +60 te je tom prilikom organiziran dio programa usmjeren skupini „umirovljenici“, no uz pomoć muzejskog pedagoga moguće je organizirati brojne kreativne i edukacijske programe koje su usmjerene raznim skupinama muzejskih posjetitelja. Pregledavajući program Muzeja za manifestaciju Noć muzeja u razdoblju od 2007. do 2014. godine vidljivo je kako je velik dio programa usmjeren na izložbe i stalne postavbe te prodaju muzejskih publikacija, uz iznimke organiziranja popratnog glazbenog programa ili nagradne igre. Također, nezanimljiv sadržaj u najvećem postotku prepoznat je kao razlog nezadovoljstva manifestacijom, to jest razlog manje ocjene od strane ispitanika. Nadalje, ukoliko bi se ponudila određena aktivnost na Noći muzeja i pokazala kao uspješna te prepoznata među posjetiteljima, otvorila bi se mogućnost za njezin nastavak u obliku manifestacije (igra, kviz ili slično) koja bi se održavala u muzeju neovisno o Noći muzeja.

Na temelju navedenih podataka Muzej može dobiti saznanje o tome što posjetitelji očekuju od posjeta i sukladno s tim olakšati i prilagoditi planiranje povremenih izložbi i posebnih

programa kao i dobiti uvid o tome koje skupine stanovništva podržavaju muzejske programe i aktivnosti. Također, vidljiva su očekivanja posjetitelja koja se provlače kroz nekoliko pitanja i odnose se na zanimljiv sadržaj, dobre izložbe, novitete te dodatni kulturni program uz postav koji bi motivirao posjetitelje na češći odlazak u muzeje tijekom godine, ali i na samu manifestaciju.

Zaključno, prema riječima idejne začetnice manifestacije Noć muzeja u Hrvatskoj, autorice koncepcije programa i voditeljice projekta Vesne Jurić Bulatović činjenica je da u hrvatskim muzejima još uvijek ne postoje dobro organizirani odjeli za marketing i odnose s javnošću. Marketing je neophodan uvjet dobrog razumijevanja potreba publike i dobrog načina komuniciranja projekata ili proizvoda prema toj istoj publici. Potrebno je uključiti sva nova znanja i nove tehnologije te nove mogućnosti komunikacije sa zajednicom kako bismo pozicinirali muzeje kao nezaobilazni dio lokalne i šire zajednice¹³⁸.

Manifestacija Noć muzeja je pokazala da postoji interes za kulturnom ponudom i kvalitetnim kulturnim programima te da hrvatski muzeji imaju zainteresiranu publiku koja je spremna naučiti nešto novo te podržati rad kulturnih ustanova. Rezultati ovog istraživanja pokazali su vidljivo smanjenje posjećenosti Noći muzeja 2012. godine u odnosu na 2011., kao preporuka muzeju savjetuje se redefinicija sudjelovanja u Noći muzeja kako bi se omogućila izgradnja vlastite prepoznatljivosti u zajednici kao zanimljive, otvorene i dinamične.

Na temelju analiziranih podataka istraživanja Muzej može dobiti odgovor na pitanja tko dolazi u muzej, kome se obraća i kome šalje svoje poruke, to jest koga želi privući svojim aktivnostima. Može se zaključiti kako je najveći dio ispitanika ženskog spola, osobe do 45 godina, sa srednjom školom kao najvišom razinom završenog obrazovanja te s vrlo različitom strukturom obuhvaćenih zanimanja. Kao što je rečeno, potencijalna muzejska publika obuhvaća osobe različite dobi, različite razine obrazovanja te zanimanja - na temelju čega je za pretpostaviti kako su njihove potrebe i želje drugačije te muzej mora pronaći način kako uspostaviti komunikaciju sa svojom publikom, tj. posjetiteljima. Upravo prepoznavanje novih kulturnih potreba i poznavanja zajednice u kojoj Muzej djeluje te istraživanje ne samo onoga što publika želi već i onoga što može tek naslutiti realni su zadaci koji se stavljaju pred muzeje.

Ukoliko bi Muzej uspio u određivanju promjena u trendovima, to jest očekivanju korisnika, za pretpostaviti je povećanje zadovoljstva od strane posjetitelja i samim time povećanje prepoznatljivosti Muzeja u lokalnoj zajednici.

¹³⁸Usp. Naša je misija da Noć muzeja preraste u Dane muzeja, 2013. URL: <http://www.tportal.hr/kultura/kulturmiks/239192/Nasa-je-misija-da-Noc-muzeja-preraste-u-Dane-muzeja.html> (2014-10-07)

9. Literatura

1. Ambrose, Timothy; Paine, Crispin. Museum basics. New York: Routledge, 2006.
2. Anderson, Maxwell. Metrics of success in art museums., str 1-20. URL: <http://www.cgu.edu/pdf/files/gli/metrics.pdf> (2014-10-04)
3. Arheološki muzej Naron. URL: <http://www.a-m-naron.hr/> (2014-09-04)
4. Arheološki muzej u Splitu. URL: <http://www.mdc.hr/split-arheoloski/index.html> (2014-09-05)
5. Arheološki muzej. URL: <http://www.amz.hr/> (2014-09-05)
6. Berc, Gordana; Blažeka Kokorić, Slavica. Slobodno vrijeme obitelji kao čimbenik obiteljske kohezivnosti i zadovoljstva obiteljskim životom., str. 15-27. URL: <hrcak.srce.hr/file/145666> (2014-10-01)
7. Bollo, Alessandro. Report 3: measuring museum impacts / edited by Ann Nicholls, Manuela Pereira and Margherita Sani. The learning museum network project, 2013. Str. 1-301. URL: <http://www.lemproject.eu/WORKING-GROUPS/audience-research-learning-styles-and-visitor-relation-management/3rd-report-measuring-museum-impacts> (2014-10-06)
8. Branding the arts: best practice models of economic and social impact in public art museums., str. 1-11. URL: <https://mbs.edu/facultyresearch/apsilc/Documents/Branding%20the%20Public%20Art%20Museum%20Sector%20FINAL.pdf> (2014-10-04)
9. British Museum. URL: <http://www.britishmuseum.org/> (2014-09-05)
10. Brooks, Madsen Leslie. Museums. // Encyclopedia of library and information sciences. Third ed. London: CRC press. vol. 7. 2010. Str. 3773.
11. Burcaw, George Ellis. Introduction to museum work. London: Altamira press, 1997.
12. Davallon, Jean. L'Exposition a l'oeuvre. Strategie de communication et mediation symbolique. Pariz, 1999.
13. Demonja, Damir. Kulturni turizam: hrvatska iskustva. // Antropologija 11, 1 (2011), str 1-25. URL: <http://www.anthroserbia.org/Content/PDF/Articles/f384947fde3141749626c98490b3475a.pdf> (2014-09-08)
14. Dodir. URL: www.dodir.hr (2014-09-24)

15. Đukić Dojčinović, Vesna. Kulturni turizam – menadžment i razvojne strategije. Beograd: Clio, 2005.
16. Egyptian Museum. URL: <http://www.emuseum.gov.eg/> (2014-09-05)
17. Etnografski muzej. URL: <http://www.emz.hr/intro.html> (2014-09-05)
18. European Night of Museums. URL: www.network.icom.museum/imd2012/imd-2012/european-night-of-museums.html (2014-06-18)
19. Evans, Graeme. Measures for measure: evaluating performance and the art organization. // Studies in Cultures, Organizations and Societies 6, 2(2000), str. 250-265.
20. Garbarino, Sabine; Holland, Jeremy. Quantitative and qualitative methods in impact evaluation and measuring results., str. 1-40. URL: <http://www.gsdr.org/docs/open/EIRS4.pdf> (2014-10-06)
21. Gob. André; Drouguet, Noémie. Muzeologija: povijest, razvotak, izazovi današnjice. Antribarbus: Zagreb, 2007.
22. Greenhill, Eilean Hooper; Moussouri, Theano. Researching learning in museums and galleries 1990-1999: a bibliographic review. URL: <http://www.centresforcuriosity.org.uk/digest/htm> (2014-07-09)
23. Herreman, Yani. Museos: introduccion a su teoria y practicia. Madrid: Itsmo, 1993.
24. Hrvatski muzeji za djecu 2. URL: <http://likovna-kultura.ufzg.unizg.hr/Ucimo-gledati-zine/Broj%202/muzeji%20za%20djecu%20.htm> (2014-10-01)
25. Hrvatski povijesni muzej. URL: <http://www.hismus.hr/hr/> (2014-09-05)
26. Hrvatski prirodoslovni muzej. URL: <http://hpm.web.link2.hr/> (2014-09-05)
27. Hrvatsko muzejsko društvo. URL: <http://www.hrmud.hr/> (2014-06-18)
28. Joyce, Rhea Rubin. So what? Using outcome – based evaluation to assess the impact of library service., str 1-38. URL: mbcl.state.ma.us/grants/lsta/.../rubinobemanual.doc (2014-07-09)
29. Kelly, Linda. Measuring the impact of museums on their communities: the role of the 21st century museum. // INTERCOM conference paper: new roles and missions for museums, Taipei, 2. - 4. November 2006. Str. 1-10. URL: <http://www.intercom.museum/documents/1-2Kelly.pdf> (2014-07-14)
30. Key concepts of museology / edited by Andre Desvallees and Francois Mairesse. Pariz: Armand Colin, 2010. URL: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Key_Concepts_of_Museology/Museologie_Anglais_BD.pdf (2014-10-01)

31. Kočevar, Sanda. Škrtić, Antonija. Noć muzeja kao primjer vrednovanja kulturne baštine..
// Zbornik Veleučilišta u Karlovcu. / Branko Wasserbauer. Karlovac : Veleučilište, 2012.
Str. 93-103.
32. Lane, Gina. Developing outcome-based indicators : resource's learning and access standards. // Performance measurement in libraries and information services: meaningful measures for emerging realities: the forth Northumbria international conference / edited by Joan Stein, Martha Kyrillidou and Denise Davis. Washington: Associations of research libraries, 2002. Str. 137-173. URL:
http://www.libqual.org/documents/admin/4np_secure.pdf (2014-07-06)
33. Lewis, Geoffrey. History of museums. // Britannica Online Encyclopedia. URL:
<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/398827/history-of-museums> (2014-09-05)
34. Louvre. URL:<http://www.louvre.fr/> (2014-09-05)
35. Maroević, Ivo. Muzejska izložba – muzejski izazov. // Informatica Muzeologica 34, 3/4(2003), str. 13-18.
36. Maroević, Ivo. Upravljanje promjenama: novi teoretski pristupi muzejskoj praksi. // Informatica museologica 33, 1/1(2002), str. 73–77.
37. Maroević, Ivo. Uvod u muzeologiju. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 1993.
38. Međunarodni dan muzeja. URL: <http://www.mdc.hr/main.aspx?id=77> (2014-06-18)
39. Metropolitan Museum of Art. URL:<http://www.metmuseum.org/> (2014-09-05)
40. Metropolitan Museum of Art. URL:<http://www.metmuseum.org/> (2014-09-05)
41. Morina, Tefik. Muzej i škola. // Muzeologija 17(1975), str 132 – 138. URL:
http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=149390 (2014-10-01)
42. Museum definition. // ICOM. International Council Of Museums. URL:
<http://icom.museum/the-vision/museum-definition/> (2014-09-03)
43. Museum of Fine Arts. URL: <http://www.mfa.org/> (2014-09-05)
44. Muzej antičkog stakla u Zadru. URL: <http://www.mas-zadar.hr/> (2014-09-04)
45. Muzej hrvatskih arheoloških spomenika. URL: <http://www.mhas-split.hr/izdanja/Katalogiizlo%C5%BEbi/tabid/82/Default.aspx> (2014-10-01)
46. Muzej krapinskih enandertalaca. URL: <http://www.mkn.mhz.hr/> (2014-09-04)
47. Muzej Slavonije Osijek. URL: <http://www.mso.hr/index.php?page=muzej> (2014-06-18)
48. Muzej. // Alpha encyclopedie. Svezak 11. Str. 4117
49. Muzeji i turizam: djelovanje muzeja kao dionika kulturnog turizma: priručnik., str. 1-20.
URL: <http://www.mint.hr/UserDocsImages/muzeji-t-1.pdf> (2014-06-20)

50. Muzeji za sve., str 1-57. URL:
http://muih.hr/images/stories/novosti/2013/gluo/Muzeji_za_sve_2013.pdf (2014-10-01)
51. Muzeji. // Hrvatska enciklopedija . Svezak 7, Mal - Nj . Zagreb : Leksikografski zavod „Miroslav Krleža ”, 1999. Str. 536-537.
52. Muzejske udruge Istočne Hrvatske. URL: www.muih.hr (2014-09-24)
53. Muzejsko dokumentacijski centar. URL: <http://www.mdc.hr/hr/muzeji-u-hrvatskoj/medunarodni-dan-muzeja-u-hrvatskoj/> (2014-09-05)
54. Naša je misija da Noć muzeja preraste u Dane muzeja, 2013. URL:
<http://www.tportal.hr/kultura/kulturmiks/239192/Nasa-je-misija-da-Noc-muzeja-preraste-u-Dane-muzeja.html> (2014-10-07)
55. National Gallery of art. URL: <http://www.nga.gov/content/ngaweb.html> (2014-09-05)
56. National Gallery. URL: <http://www.nationalgallery.org.uk/> (2014-09-05)
57. Naturhistorisches Museum. URL: <http://www.nhm-wien.ac.at/> (2014-09-05)
58. Noć knjige. URL: <http://nocknjige.hr/> (2014-09-05)
59. Pinacoteca di Brera. URL: <http://www.brera.beniculturali.it/> (2014-09-05)
60. Sedlar, Antonija; Boneta, Željko. Obiteljsko slobodno vrijeme., str. 14-15. URL:
<http://hrcak.srce.hr/123765> (2014-10-01)
61. Singh, Kumar Prabhas. Museum and education., str. 69–82. URL: <http://orissa.gov.in/e-magazine/Journal/journalvol1/pdf/orhj-10.pdf> (2014-10-01)
62. Stransky, Zbynek Zbyslav. Uvod do studia muzeologie. Brno: Masarykova universita, 2000.
63. Sustainable cultural tourism. Declaration of the International Council of Museums (ICOM) and the World Federation of Friends of Museums (WFFM) for worldwide Sustainable Cultural Tourism. URL:
http://archives.icom.museum/declaration_tourism_eng.html (2014-06-20)
64. Sustainable cultural tourism. URL: http://icom.museum/declaration_tourism_eng.html (2014-06-18)
65. The Asmolean Museum. URL: <http://www.ashmolean.org/> (2014-09-05)
66. Throsby, Devon. Assessing the impacts of a cultural industry. // The Journal of Arts Management, Law and Society 34, 3(2004), str. 188-204.
67. Tomljenović, Renata et al. Strategija razvoja kulturnog turizma Vlade RH i Ministarstva turizma: od turizma i kulture do kulturnog turizma. Zagreb: Institut za turizam, 2003., str. 1-96. URL:

- <http://web.efzg.hr/dok/TUR/Strategija%20Razvoja%20Kulturnog%20Turizma.pdf>(2014-06-20)
68. Uffizi. URL: <http://www.uffizi.com/> (2014-09-05)
69. UNESCO Handbook., str. 1-235. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001410/141067e.pdf>(2014-09-29)
70. Van Mensch, Peter. Towards a methodology of museology., str 1-48. URL: http://www.muzeologie.net/downloads/mat_lit/mensch_phd.pdf (2009-09-03)
71. Verhaar, Jan; Meeter, Han. Project model exhibitions. Amsterdam: Reinwardt academie, 1989.
72. Vujević, Miroslav. Uvod u znanstveni rad u području društvenih znanosti. Zagreb: Školska knjiga, 2006.
73. Vujić, Žarka. Pojam muzeja: pojave i uporaba pojma musaeum u Hrvatskoj. // Izvori muzeja u Hrvatskoj / Žarka Vujić. Zagreb: Kontura art magazin, 2007., str. 17–43.
74. Zabriskie, Ramon; McCormick, Bryan. Parent and child perspectives of family leisure involvement and satisfaction with family life. // Journal of Leisure Research 35, 2(2003), str. 163–179.
75. Zakon o muzejima, 1998. URL: <http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/269487.html> (2014-03-09)
76. Zakon o zaštiti i očuvanju kulturnih dobara, 1999. URL: <http://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/271022.html> (2014-09-03)
77. Zlodi, Goran. Muzejska vizualna dokumentacija u digitalnom obliku. // Muzeologija 40 (2003.), str. 1-105. URL: http://www.mdc.hr/UserFiles/File/Muzeologija/muzeologija_40.pdf (2014-10-01)

10. Prilozi

Prilog broj 1. Primjer korištene ankete u ispitivanju posjetitelja Noći muzeja u Muzeju Slavonije Osijek

NOĆ MUZEJA – ANKETA

Moje ime je Maja/Tanja/Martina i studentica sam treće godine Informatologije. Ovom anketom htjeli bismo prikupiti informacije o posjećenosti Noći muzeja.

Biste li željeli sudjelovati u našem istraživanju? Neće trajati više od 5 min, a Vaši odgovori su anonimni.

1. Je li ovo prvi put da posjećujete Noć muzeja?

- a) da
- b) ne

2. Ako nije, koliko ste puta do sada već posjetili Noć muzeja?

3. Kako biste na ljestvici od 1-5 ocijenili zadovoljstvo dosadašnjim Noćima muzeja? 1 označava apsolutno nezadovoljan, a 5 izuzetno zadovoljan.

1 2 3 4 5

Možete li objasniti svoju ocjenu? (*ako ne odaberu 5*)

.....
.....

4. S obzirom da ste već ranije dolazili na Noć muzeja, jeste li svojim prijateljima i suradnicima preporučili odlazak na tu manifestaciju?

- a) da – ako jeste, znate li jesu li otišli? Da/Ne
- b) ne – ako niste, možete li pojasniti zašto?

.....
.....

5. Kako ste saznali za ovogodišnju Noć muzeja?

- a) iz medija (novine, radio, TV)
- b) jumbo plakati

- c) od prijatelja, rodbine, kolega s posla
- d) na neki drugi način? koji?

6. Prema Vašoj procjeni koliko često odlazite u muzeje tijekom godine?

- a) jednom do dva puta godišnje
- b) 3-4 puta godišnje
- c) samo na Noć muzeja
- d) nešto drugo?

7. Što bi Vas potaklo da češće odlazite u muzej?

- a) jeftiniji ulaz
- b) zanimljiviji sadržaj
- c) bolje oglašavanje u medijima
- d) Noć muzeja
- e) nešto drugo?

8. Jeste li učlanjeni u neku knjižnicu (može i više knjižnica)?

- a) da - koju?
.....
- b) ne

I na kraju, postavili bismo Vam nekoliko demografskih pitanja:

1. Spol: M Ž

2. Godište:

3. Navedite najvišu razinu završenog obrazovanja:

- a) osnovna škola
- b) srednja škola
- c) fakultet
- d) magisterij
- e) doktorat

4. Što ste po zanimanju?

.....